Oktober | November | Dezember · 39. Jahrgang · ISSN 2194-7139 · Jahresabo PDF € 25,00 · Print € 32,40

VISUELL aktuell

Informationen für Bildkäufer, Agenturen und Fotoproduzenten 4 | 2012

Download-gebühren Pro & Contra

60 Jahre Bundesarchiv

Wasserkunst

Die Brancheninfos von heute finden Sie in den täglichen PIAG News ...

PIAG.de bietet täglich aktuelle Brancheninformationen und kommt zu Ihnen nach Hause. Dies ist allerdings nur möglich, wenn Sie sich anmelden, da es ohne eine Anmeldung nicht klappt.

Die Visuell aktuell-Familie gibt es seit 40 Jahren. Dies ist ein Grund zur Rückschau, zu einem dickeren Heft und einer noch weiteren Verbreitung unseres Magazins, welches es als Print- und Onlineausgabe gibt. Konkurrenzlos durch Inhalt und Auflage ist das Magazin sehr gut eingeführt.

Redaktions- und Anzeigenschluss ist der 27.12.2012.

E-Mail Adresse: office@piag.de, Telefon 07221 3017560.

An unsere
VISUELL aktuell-Bezieher
der Print- und Onlineausgabe

Die Branche schwächelt …

Es gibt Leute, die behaupten, dass Fotoagenturen eine aussterbende Berufsgruppe repräsentieren und nur die historischen Archive, die Newsanbieter und Agenturen mit Millionenbeständen überleben.

Diese negative Auffassung stimmt sicherlich in dieser Form nicht, aber man sollte trotzdem darüber nachdenken. Der Verfall der Honorare und der neue Volkssport „Fotografie", der immer mehr Bilder hervorbringt, tragen zu dieser Auffassung bei. Die Inflation von Fotos wird durch neue Technik noch mehr angeheizt. Der Wandel geht vom Foto zu Videos, die immer mehr nachgefragt werden. Die Dokumentation, die Fotografie als Dokument wird nicht mehr akzeptiert. Neue Motive entstehen aus einem Mix von Fotos oder kommen ganz aus dem Computer. Dieser Wandel findet laufend statt und ist keine Utopie. Gesucht sind neue interessante Motive. Es wird nicht mehr gefragt, wie sie entstanden sind. Gesucht wird das neue, interessante und spannende Bild.

Die oft langjährigen engen Bindungen von Bildagenturleuten zu Redaktionen und Bildsuchern besteht in vielen Fällen nicht mehr. Ein Dutzend großer Bildplattformen beliefern die Bildmärkte und in diese „Großmärkte für Bilder" sind viele kleine Agenturen und auch einzelne Fotografen eingebunden. Wurden einstmals die Bilder von Fotografen über Agenturen vertrieben, so findet man diese heute auch auf den verschiedenen Plattformen. Aus dieser Masse heraus verkaufen die Microstockagenturen und sonstigen Plattformen aus ihrer Sicht auch bei Minimalpreisen recht gut. Für die Teilnehmer bleibt jedoch immer weniger übrig.

„Klasse statt Masse". Unter diesem Slogan gehen vor allem spezialisierte Bildagenturen wieder mehr zu direkten Verkäufen über und besuchen ihre Kunden.

Neue Bildagenturen, vor allem Internetagenturen, entstehen immer wieder, und der Bildmarkt im Ganzen ist in einen gravierenden Umwandlungsprozess eingebunden.

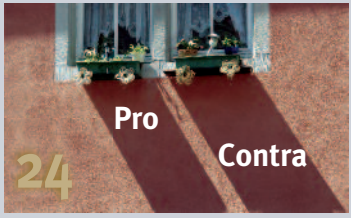
Sagen sie uns auch Ihre Meinung. In der Jubiläumsausgabe 1/2013 kommen wir auf dieses brisante Thema nochmals zurück. Die Bildnutzer sehen vieles anders.

In dieser Ausgabe von Visuell aktuell finden Sie aufgrund einer Blitzumfrage der Redaktion Meinungen zu dem Thema Downloadgebühren, die die Verlage abschaffen wollen und auf die offensichtlich einige Agenturen keinen Wert mehr legen. Hierzu mehr auf Seite 24.

Alles Gute und viele Grüße aus Baden-Baden

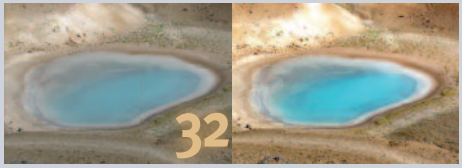
Presse Informations Aktiengesellschaft
Dieter Brinzer

Downloadgebühren 24



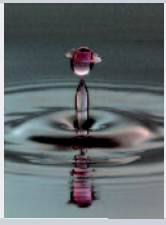
Trendscouting und Trends in der modernen Food-Fotografie 28

Landschaftsfotografie mit dem Smartphone 31



Die Smartphonewelle rollt ... 32

TITELBILD



Unser Titelbild stammt von Fred Knöchelmann, einem Spezialisten für Wassertropfenaufnahmen und High Speed-Fotografie. Bitte beachten Sie hierzu auch den Bericht auf Seite 36.

FOTOAGENTUREN / NACHRICHTEN 06
APA-PictureDesk kooperiert mit Bildagentur Waldhäusl ...
akg-images mit neuen Partnern ...
Verleger Lebedew kapituliert 07
foticon – Motive aus Geschichte und Kultur ...
CEPIC-Kongress 2013 – Barcelona macht das Rennen 08
Bildagentur alimdi verbessert Service für Stammkunden ...
Clip Dealer-Medien-Abonnement 09
Bundesarchiv beteiligt sich am Aufbau eines biografischen Fachportals ...
Neues Digitales Asset Management bei ullstein bild ...
Fotofinder präsentiert Bildagentur Astrofoto 10
Effizientes Erschließen digitaler Bildinhalte ...
Veränderungen ...
Bildagentur Schapowalow meldet Veränderungen ...
Neuer Ansprechpartner bei Xposure Phot Agency 11
XAMAX ...
„Spot on news“ – Die neue Promi-Klatsch-Agentur ...
„50 Jahre Bundesliga“ Jubiläum ...
Fotoschule VISUM mit neuem Angebot und neuer Anschrift 12
BAPLA Vorsitzender Paul Brown tritt zurück ...
Nicht kleckern, sondern klotzen ...

BILDNUTZER 13
„PhotoKlassik“ neu am Kiosk ...
dpa-Tochter startet SmartSites ...
Redaktionen ziehen an den Potsdamer Platz ...
20 Millionen Fotobücher ...
SPORT BILD-Sonderheft „Handball-Bundesliga“ mit DVD 14
Koexistenz zwischen Print- und Onlinemagazinen ...
Bauer bringt Magazin für Frauen ab 50 15
Printsterben und kein Ende ...
Starkes Wachstum bei Digital-Abonnenten ...
Bertelsmann vollzieht Wechsel der Rechtsform ...
Lonely Planet Traveller 16
„red dot“ für BFF-Jahrbuch ...
LandIDEE-Verlag startet „LandFRISCH“ ...
„FAZ“: Neues Themenmagazin ...
Bildagenturen auf der Frankfurter Buchmesse vom 10. bis 14. Oktober 2012 17

RECHT – EIGENE ÜBERSICHTSSEITE 18

DIES UND DAS 42
Filmen mit dem Fotoapparat ...
Positive Entwicklung des Online-Werbemarkts ...
Kameras mit Internet-Anschluss im Trend ...
Zukunft für Fotografenarchive 43
Angkor Photo Festival 44
Brite gewinnt „Deutsche Börse Photography Prize“ ...
Al-Thani Award for Photography 2012 45
Gute Plakate ...
„Titanic“ mit neuen Aufreger ...
Satiremagazin „Pardon“ wieder am Start ...

BÜCHER 46
Neuseeland – Das Paradies im Pazifik ...
Dolomites ...
Das GEHEIMNIS herausragender Bilder 47
Stockfotografie 49

WEITERE RUBRIKEN

Editorial 03
Impressum 47
ServiceGuide 48
Fragen, Meinungen, Vorschau 49

Erscheinungstermin der nächsten VISUELL aktuell-Ausgabe ist der 15. Januar 2013.

Tagesaktuelle Nachrichten lesen Sie in der Zwischenzeit wie gewohnt auf www.piag.de und jeden Freitag in unserem kostenlosen Newsletter.

„Camera Futura“ – Ein Zukunftskonzept 34

Die Schöne und das Biest 36

60 Jahre Bundesarchiv 38

APA-PictureDesk kooperiert mit Bildagentur Waldhäusl

Österreichs führende Bildagentur, APA-PictureDesk, ist um eine prominente Bildquelle, die heimische Fotoagentur Waldhäusl, reicher.

Das Online-Archiv des neuen Partners umfasst rund 1,5 Millionen Bilder mit Hauptaugenmerk auf österreichische Creative-Produktionen. Kundinnen und Kunden der APA-PictureDesk können ab sofort aus 45.000 Waldhäusl-Bildern das passende für sich auswählen – von Landschafts-, Tier- oder Naturaufnahmen bis zu personenbezogenen Fotografien zu Themen wie Muttertag oder Sport.

Der Geschäftsführer der APA-PictureDesk, Klemens Ganner, konkretisiert:

„Mit dieser Kooperation können wir unseren Österreich-Schwerpunkt bedeutend ausbauen und unseren Kunden die ausgezeichneten Fotos der Bildagentur Waldhäusl anbieten. Der Name Waldhäusl ist in der österreichischen Bildszene Programm. Der Familienbetrieb ist dafür bekannt, einzigartige heimische Fotos anzubieten, und wir freuen uns, dass wir den Bestand monatlich erweitern werden."

Das Angebot der Bildagentur Waldhäusl eignet sich besonders für Werbung, Magazine, Tourismus und Reiseführer, Bildbände, Online-Medien, Spruch- und Ansichtskarten, Kalender, Zeitungen, Zeitschriften und vieles mehr.

Die Agentur wurde 2001 von Franz Waldhäusl gegründet und hat sich trotz schwieriger Zeit gut entwickelt.

Er hat nicht nur Kunden in Österreich, sondern hat sein Material europaweit ausgerichtet und arbeitet erfolgreich mit anderen europäischen Bildagenturen zusammen.

Foto: Franz Waldhäusl

akg-images mit neuen Partnern

APA-PictureDesk baut den Schwerpunkt in den Bereichen Geschichte sowie Kunst und Kultur mit akg-images und Roger-Viollet aus.

Die beiden Bildagenturen ergänzen den Bestand von APA-PictureDesk, der mittlerweile rund 15 Millionen Bilder umfasst, optimal. Neben den APA-Fotografen liefern mehr als 50 nationale und internationale Partneragenturen aktuelle und historische Pressefotos, Infografiken, Features und illustrative Stockbilder. Kundinnen und Kunden von APA-PictureDesk können für unterschiedlichste Zwecke das passende historische Foto oder Kunstbild finden – ob für Schulbücher, Fachpublikationen, Magazine, Ausstellungen, Präsentationen oder PR-Arbeit.

Einen Überblick bieten die Specials zu akg-images (http://go.picturedesk.com/AMeaBFxk) und Roger Viollet (http://go.picturedesk.com/GKVLNoTg) auf picturedesk.com.

Die 1938 gegründete „Documentation Photographique Générale Roger-Viollet", die mittlerweile der Stadt Paris vermacht wurde, zählt zu den ältesten Bildagenturen Frankreichs.

Mit über sechs Millionen Bildern bietet die Sammlung einzigartige Eindrücke aus Frankreich, Europa und der ganzen Welt. Spezialisiert ist das Archiv auf historische Großereignisse, die Stadt Paris, Porträts von Persönlichkeiten der Kunst- und Kulturszene (z.B.: Pablo Picasso, Simone de Beauvoir) sowie Nachdrucke von Kunstwerken.

Über ein wenig jüngeres, aber ebenso imposantes Archiv verfügt „akg-images", das Archiv für Kunst und Geschichte. Seit mehr als 60 Jahren werden weltweit Bilder und Zeugnisse aus Kunst und Kultur, Geschichte und Politik sowie Wissenschaft und Medien gesammelt und dokumentiert. Das 1945 gegründete Unternehmen befindet sich auch heute noch in Familienbesitz und wartet mittlerweile mit einem Gesamtbestand von über zehn Millionen Motiven auf. Mit Fokus auf Sammlungen von dokumentarischer Fotografie und historischer Darstellung zählt akg-images zu einem der größten europäischen Bildarchive Europas.

Verleger Lebedew kapituliert

Der bekannte Verleger Alexander Lebedew zieht sich aus Russland zurück und will nun seine dortigen Geschäfte „abwickeln“. Der Milliardär verlegt in Großbritannien „The Independent“ und den „Evening Standard“. Wie Lebedew sagte, könne er seine Unternehmen in Russland nicht verkaufen, weil dafür das Wohlwollen der Geheimdienste notwendig sei. Der russischen Nachrichtenagentur Interfax gegenüber äußerte der Verleger: „Das war es, ich gebe auf, die Geheimdienste haben gewonnen.“

In seinem Blog schreibt er, dass der Geheimdienst FSB „präzise und bewusst“ seine Geschäfte zerstört habe. Auf ihn, seine Angestellten und seine Familie sei Druck ausgeübt worden. Er machte dafür die Machtelite um Präsident Wladimir Putin verantwortlich.

Lebedew hatte in der Vergangenheit prominente Oppositionelle unterstützt und sich selbst wiederholt als Kritiker positioniert. Lebedew, dessen Vermögen von Forbes auf 1,1 Milliarden Dollar geschätzt wird, kommt mit der Entscheidung, sich aus Russland zurückzuziehen, möglicherweise einem Schicksal wie dem von Chodorkowski zuvor.

Der 49-Jährige ehemalige Vorstandschef eines Ölkonzerns und erklärte Putin-Gegner wurde in einem umstrittenen Schauprozess im Jahre 2005 zu acht Jahren Zwangsarbeit in einem sibirischen Straflager verurteilt.

foticon – Motive aus Geschichte und Kultur

Unter dem Namen „foticon“ betreibt Kulturservice Schroyen aus Düsseldorf seit Juli 2012 eine eigene Bilddatenbank. Der Schwerpunkt liegt auf Motiven aus Geschichte und Kultur. Grundstock des Bildbestandes sind ca. 7000 handkolorierte Glasdiaaufnahmen der ehemaligen Düsseldorfer Lichtbildanstalt „Carl Simon & Co.“ aus der Zeit bis ca. 1930. Zu den vielen Highlights zählen auch kulturhistorisch bedeutende Aufnahmen aus Asien.

– Anzeige –

Durch einen glücklichen Zufall stieß Kulturservice Schroyen im Jahre 2010 auf den restlichen Lagerbestand der Lichtbildanstalt „Carl Simon & Co.“. Von den ehemals 80.000 Aufnahmen hatten sich noch 23.000 Glasdias in über 300 Holzkisten erhalten. Sortiert nach Motivreihen zeigten sie den Alltag in China, die Wolkenkratzer in Amerika oder das Leben in Afrika um 1930 – aber auch Märchenillustrationen, Naturphänomene oder zeitgeschichtliche Ereignisse. Wie die noch verfügbaren Bestandskataloge auflisten, deckten die Bildserien von Carl Simon Themen aus allen Lebensbereichen ab.

Der Düsseldorfer Unternehmer Carl Simon machte sich 1907 in der aufstrebenden Foto- und Projektionsbranche selbstständig. Er baute Fotoapparate, verlieh Projektoren und stellte eine umfangreiche Glasdiasammlung zusammen, deren Lichtbildreihen verkauft oder verliehen wurden. Anders als im Kino oder in illustrierten Berichten der Familienzeitschriften der Zeit waren seine Aufnahmen jedoch

nicht schwarz-weiß, sondern aufwändig und in erstklassiger Qualität von Hand koloriert.
Kulturservice Schroyen hat rund 7000 Bilder hochaufgelöst digitalisiert und stellt sie in den nächsten Monaten in die Themenordner der neuen Bilddatenbank „foticon“ ein. Neben den Digitalisaten verfügt das Unternehmen auch über mehr als 100 Vortragshefte zu den Bildreihen.

www.foticon.de **foticon@foticon.de**

CEPIC-Kongress 2013 – Barcelona macht das Rennen

Es ist entschieden: Der CEPIC-Kongress 2013 wird im sonnigen Süden stattfinden. Barcelona, die Hauptstadt Kataloniens, wird vom 11. bis 14. Juni 2013 Treffpunkt der internationalen Bildbranche sein. Die CEPIC wird nach 2000 im kommenden Jahr zum zweiten Mal Gast in Barcelona sein.

– Anzeige –

Der Kongress 2012 in London war für die Fachleute aus der Bildbranche eine der bislang erfolgreichsten Veranstaltungen. 2013 soll in Spanien an den Londoner Erfolg angeknüpft werden. In Spanien, einem Land, welches für seine Gastfreundschaft, Trendiness und Feste, Kultur und sonnigen Strände bekannt ist, könnte dies durchaus gelingen. CEPIC-Präsidentin Christina Vaughan kommentierte: „Das World Trade Center ist ein schöner Ort für unseren Kongress. Barcelona ist eine wunderbare Stadt mit guten internationalen Verbindungen. Wir hoffen, auf den geschäftlichen Erfolgen der letzten Jahre aufbauen zu können und können den Delegierten schon jetzt garantieren, dass sie mit Sonne verwöhnt und mediterrane Gastfreundschaft genießen werden. Ein tolles Programm an Seminaren wird auch Barcelona wieder zu einem unvergesslichen Erlebnis werden lassen.“

Bildagentur alimdi verbessert Service für Stammkunden

Im Zuge der Kundenfreundlichkeit vereinfacht die Münchner Bildagentur alimdi.net die Bildbestellung für Stammkunden. Wer mit der Agentur eine generell gültige Preisvereinbarung für RM-Bilder getroffen hat, kann die Bilder gleich nach der Auswahl in Feinauflösung aus dem Warenkorb herunterladen. Es ist jetzt nicht mehr erforderlich, den Online-Preisrechner zu nutzen, noch den Nutzungspreis in der Preisliste nachzuschlagen. „Nach der Auswahl im Warenkorb nur die hinterlegte Adresse checken – und schon kann der Download beginnen“, beschreibt Thomas Müller von alimdi.net das verkürzte Verfahren.
Primär kommt dieser Bestellweg für regelmäßige Kunden aus dem redaktionellen Bereich in Frage. Sie wollen in der Regel alle Bilder als RM (Rights Managed) lizensieren, weil ohnehin nur eine einmalige Nutzung in feststehendem Umfang beabsichtigt ist. Besonders kundenfreundlich: Die Nutzungsge-

bühren werden erst nach der Verwendung fällig – und nur für die tatsächlich verwendeten Bilder. Der Kunde kann also beim Einkauf per Direktdownload-Bestellung bedenkenlos eine größere Bildauswahl herunterladen; das Stornieren nicht benutzter Bilder entfällt.
Die Bildagentur Alimdi wurde 2006 gegründet und hat weltweit rund 750 Fotografen unter Vertrag. Das Portfolio umfasst rund 500.000 Royalty Free und Rights Managed Fotos und Illustrationen. Das Angebot ist unter www.alimdi.net im eigenen Onlineshop der Agentur oder über die Profi-Mediensuchmaschine my-picturemaxx und das Portal fotofinder.net abrufbar.
www.alimdi.net

Clip Dealer-Medien-Abonnement

ClipDealer, der Online-Marktplatz für lizenzfreie Fotos, Videos, Vektoren, Musik und Geräusche, präsentiert ein neues medienübergreifendes Abo-Konzept.
Mit Abschluss eines ClipDealer-Medien-Abonnements stehen den Kunden über 11 Millionen Medien zur Verfügung, die auf www.clipdealer.de direkt heruntergeladen werden können. Die Kunden haben damit ab sofort die Möglichkeit, hochwertige Medien schon ab 0,80 Euro zu beziehen.
Die Laufzeit eines solchen Abonnements liegt zwischen 1 und 12 Monaten, zusätzlich kann zwischen 100 und 5.000 Downloads pro Monat gewählt werden. Dabei gilt: je länger die Laufzeit und je höher das monatliche Download-Volumen, umso günstiger wird der einzelne Download. Es gibt kein tägliches Downloadlimit und nicht verwendete Downloads werden automatisch in den Folgemonat übernommen, solange das Abonnement läuft.
Der Preis pro Download für Fotos, Audios oder Vektoren beginnt bei 0,80 Euro, für Videos bei 16,00 Euro (jeweils zzgl. 7% MwSt.). Dabei bekommt der Kunde immer die höchste verfügbare Qualität.
ClipDealer bietet ausschließlich lizenzfreie Medien an – somit können die Medien unabhängig von Ort, Zeit und Auflagenhöhe eingesetzt werden. Egal ob Sie ein Bild in München oder New York, für einen Tag oder 10 Jahre, für 1 oder 1.000.000 Exemplare benötigen – der Preis bleibt immer gleich.
Die Angabe einer Bildquelle ist bei ClipDealer nicht notwendig.
www.clipdealer.de

Bundesarchiv beteiligt sich am Aufbau eines biografischen Fachportals

Das Koblenzer Bundesarchiv hilft nun mit beim Aufbau eines historisch-biografischen Fachportals für den deutschsprachigen Raum. Initiiert wurde dieses Projekt von der Historischen Kommission bei der Bayerischen Akademie der Wissenschaften und der Bayerischen Staatsbibliothek mit dem Ziel, die Internetpräsenz der „Deutschen Biographie“ zu einem Fachportal mit wissenschaftlichem Anspruch auszubauen. Der Beitrag des Bundesarchivs ist vorerst die Zentrale Datenbank Nachlässe (ZDN), die Online-Version von „Die Kabinettsprotokolle der Bundesregierung“ und Teile des Bildarchivs. Bis Mitte 2014 soll das Projekt abgeschlossen sein.
Ausführliche Informationen auf der Homepage des Bundesarchivs.
www.bundesarchiv.de

Neues Digitales Asset Management bei ullstein bild

Die Fotoagentur ullstein bild, selbstständiges Unternehmen innerhalb des Axel Springer Konzerns, handelt seit über einem Jahrhundert mit Bildern über alle Branchen und Bereiche hinweg. Als universeller Bildlieferant hat ullstein bild Zugriff auf rund 1,1 Mio. digitale sowie rund 8 Mio. analoge Motive.
Für die Ablösung des Altsystems sondierte ullstein bild weltweit sowohl Technik als auch Lösungskonzepte und wählte dio:content von Picturesafe.

Ein wesentlicher Baustein des neuen Vermarktungssystems ist der Webshop, der in weiten Teilen einen Self-Service-Bereich bietet, der rund um die Uhr zur Verfügung steht. Daneben besteht über ein integriertes Newsletter-System die Möglichkeit direkter Kundenansprache. Zusätzlich wird das direkte Kaufen von Bildern durch einen modernen Kostenrechner unterstützt. **www.ullsteinbild.de**

Fotofinder präsentiert Bildagentur Astrofoto

Die Bildagentur Astrofoto vermarktet ihre Bilder nun auch auf dem Bildportal Fotofinder. Derzeit sind die Highlights des Bildbestandes, rund 2.000 Astrofotos, auf Fotofinder zu finden.

Astrofoto gewährt mit seinen Bildern einen sachkundigen Blick auf die farbenprächtigen Weiten des Universums und auf die Schönheit unseres Planeten. Wissenschaftliche Astrofotos, malerische Landschaften mit Mond und ästhetische Space Art.

www.fotofinder.com

Effizientes Erschließen digitaler Bildinhalte

Dank der Entwicklung im Bereich der Bilddatenverarbeitung haben Verlage, Medienarchive oder Sendeanstalten die Möglichkeit, ihre digitalen multimedialen Bestände auf einfache Art den Interessenten zur Verfügung zu stellen. Verfahren zur inhaltlichen Analyse und automatischen Verschlagwortung von Einzel- und Bewegtbildern bilden die Basis für die zielführende semantische Suche in Datenbeständen. Das Seminar „Effizientes Erschließen digitaler Bildinhalte“ bietet die Möglichkeit des konstruktiven Austausches zwischen Anwendern und Spitzenforschung im Bereich dieser Technologien. Die Teilnehmer können anhand mitgebrachter eigener Bild- und Videodateien die neuesten Techniken ausprobieren.

Die Referenten kommen von Gruner + Jahr und die Experten und Trainer vom Fraunhofer Institut.

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt und die Kosten betragen 800,00 Euro pro Person. Veranstaltungsort ist das THESEUS-Innovationszentrum in Berlin. Termin: 15. bis 16. November 2012.

Anmeldung unter Tel.: +49 30 31002-400 oder per E-Mail an gudrun.quandel@hhi.fraunhofer.de oder innovationszentrum@theseus-programmpunkt.de

www.hhi.fraunhofer.de **www.theseus-programm.de**

Veränderungen

Bildagentur VISUM

Seit Anfang September hat die Bildagentur VISUM neue Räume bezogen.

Die neue Adresse lautet: VISUM Foto GmbH, Armgartstraße 2, 22087 Hamburg.

Telefon- und Faxnummer sowie E-Mail- und Internet-Adresse bleiben unverändert.

www.visum-images.com

ANZENBERGERAGENCY

Die ANZENBERGERAGENCY hat ebenfalls ein neues Domizil bezogen.

Die neue Adresse lautet:

ANZENBERGERAGENCY, Absberggasse 27,

1100 Wien, Österreich, Tel.: +43-1-587 82 51 15

Fax: +43-1-587 90 07, www.anzenberger.com

Bildagentur Schapowalow meldet Veränderungen

Nach einigen administrativen und technischen Veränderungen meldet die Bildagentur das aktuelle Schapo-Team.

Detlev Brinkschulte verlässt das Team. Fotografen können sich in Zukunft an Giovanni Simeone wenden. **bildagentur@schapowalow.de**.

Für Informationen, Anfragen oder Bestellungen steht Priska Wojnar zur Verfügung: **priska.wojnar@schapowalow.de**.

Neuer Ansprechpartner bei Xposure Phot Agency

Martin Lüders ist neuer Ansprechpartner bei Xposure Photo für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Bei allen vertrieblichen Themen steht er ab sofort zur Verfügung.
Die neuen Kontaktdaten des Ansprechpartners lauten:

Martin Lüders, Pictures Sales Specialist Germany
fon: +49 4541 8565014, mobile: +49 151 504 332 42
email: martin@xposurephotos.com

Xposure Photo Agency ist eine internationale Pressebildagentur mit Standorten in London und Los Angeles. Die Agentur ist auf Aufnahmen prominenter Persönlichkeiten aus allen Bereichen der Schauspielerei, des Musik- und Show-Geschäfts, der Politik sowie des Adels und der Mode spezialisiert.
Repräsentiert werden Fotografen in Großbritannien, den USA und Europa, wobei Preisverleihungen, Pressekonferenzen, Events und Promi-Partys abgedeckt werden.
Themenschwerpunkte: Prominente – Entertainment- Adel – Mode – Politik.

Xposure Photo Agency Ltd., 32-38 Scrutton Street
EC2A 4SS London, Großbritannien (EU)

XAMAX

Die Agentur XAMAX vermarktet ihre Bilder jetzt ebenfalls mit Hilfe von i-picturemaxx. Die Fotoagentur XAMAX ist seit 15 Jahren in Berlin aktiv und bietet Bilder mit folgenden Schwerpunktthemen:
Berlin bei Tag und Nacht: „Arm, aber sexy" gibt es live und in Farbe; People, Partys, Events: Es gibt immer einen Grund zu feiern; Theater, Oper, Kabarett& Konzert: Von Aida bis Ades Zabel, dem Trashcomedystar Berlins; Mode, Kunst, Lifestyle & Design: Berlin, das kreative Epizentrum Europas; Gastronomie: („Jenseits von Currywurst und Döner") Berlin, die Stadt mit den meisten Sternerestaurants.

Die Bildvermarktungsplattform Picturemaxx besteht seit 1983 mit mittlerweile ca. 350 Medienanbietern.

„Spot on news" – Die neue Promi-Klatsch-Agentur

Mit Klatsch und Tratsch aus Germany erweitert die Berliner Nachrichtenagentur dapd ihr Angebot um „Spot on news", einer eigenen Agentur für Promi-Klatsch. Sitz der neuen Entertainment-Agentur ist München, am Puls der Bussi-Bussi-Gesellschaft. Die rund 25 Redakteure und Korrespondenten aus Los Angeles, New York, Paris und Madrid sollen fortan Verlage monatlich mit 1.500 Nachrichten und Interviews sowie 3.000 Fotos und 90 Videos vor allem aus der Welt der vorwiegend deutschen Promis beliefern.
Die Idee stammt von Chefredakteur von „Spot on News" Tobias Lobe selbst: „Wir sehen eine Marktlücke mit exklusiven Nachrichten von deutschen Prominenten", so Lobe.
Als Erstabonnenten konnte man bereits die WAZ-Gruppe sowie die Mediengruppe Madsack gewinnen.

„50 Jahre Bundesliga" Jubiläum

Die Berliner Agentur imago-sportfoto hat zum Jubiläum „50 Jahre Bundesliga" umfangreiche Bildpakete geschnürt. Die Bildauswahlen, die in mühevoller Kleinarbeit von der Redaktion aus einem Gesamtangebot von über 2 Mio. Bundesligabildern zusammengestellt wurden, beleuchten die letzten 50 Jahre vom Geburtsjahr der Bundesliga bis zum heutigen Tage aus verschiedenen Blickwinkeln. Es werden klassische Themen angeboten wie die Historie der vergangenen Meister oder Torschützenkönige, aber auch außergewöhnliche Zusammenstellungen wie die wichtigsten Aufreger, kuriose Momente, Homestorys oder die Dokumentation über den Wandel

der Fankultur im Laufe der Zeit. „Als exklusiver Vermarkter des Kicker-Archives und durch die systematische Digitalisierung und Beschriftung von vielen weiteren Analog-Bild-Archiven ist es uns möglich, ab 1963 chronologisch die gesamte Bundesligahistorie bis ins Detail darzustellen“, erklärt Thomas Leistner, Geschäftsführer von imago-sportfoto.
Sven Simon, Ferdi Hartung, Fritz Rust, Claus Bergmann, Thorsten Baering, Pressefoto Frinke, Camera 4, Pressefoto Baumann oder WEREK sind nur einige der Kooperationspartner imagos, deren Analogbestand in den letzten 15 Jahren komplett aufgearbeitet wurde.

Fotoschule VISUM mit neuem Angebot und neuer Anschrift

Zu den Veränderungen im Bildagenturenbereich gehört auch, dass eine einstmals gut eingeführte und rentable Bildagentur nach neuen Einnahmequellen Ausschau halten musste.
Die Hamburger Agentur Visum hat 2011 zusätzlich eine Fotoschule gegründet und bietet Workshops und Kurse zur Aus- und Weiterbildung erfolgreich an.
Der nächste Kurs findet am 10. November von 10-18 Uhr im Künstlerhaus Georgwerder in der Rahmwerder Straße 3 in Hamburg statt.
Thema ist die „Konzeptionelle Portaitfotografie“. Die Kursgebühr beträgt 140,00 Euro. Die neue Adresse von Visum lautet: Visum Foto GmbH, Armgartstraße 2, 22087 Hamburg.
Weitere Infos zu den Veranstaltungen unter:
www.visum-fotoschule.de

BAPLA Vorsitzender Paul Brown tritt zurück

Paul Brown trat nach sechs Jahren als Vorsitzender der BAPLA aus beruflichen Gründen zurück. Brown erklärte, dass seine beruflichen Verpflichtungen ihm nicht mehr die Zeit ließen, um die Tätigkeit als Vorsitzender der BAPLA so zu erfüllen. Die Aufgaben des Vorsitzenden sollen in Zukunft zwischen Vorsitzendem, Schatzmeister und Generalsekretär aufgeteilt werden, um die Arbeitsbelastung des Einzelnen zu minimieren und die Effektivität des Vorstands zu optimieren.
Der neue Vorstand der BAPLA, der bei der Hauptversammlung in London bekannt gegeben wurde, setzt sich wie folgt zusammen:
Mary Egan – PA Fotos; Tim Harris – Nature Picture Library; Steve Lake – 4 Corners; Isabelle Doran – Loupe Images; John Balean – topfoto; Victoria Bridgeman – Bridgeman Art Library; Elbie Lebrecht – Lebrecht; Paul Seheult – Eye Ubiquitous; Alison Crombie – Getty Images; Chris Tole – Corbis; Lynne Bryant – Arcaid; Barry Pickthall – PPL
Der neue BAPLA-Vorsitzende wird später bekannt gegeben.

Das nächste Heft erscheint mit mehr Seiten bei einer noch größeren Auflage und ist das Jubiläumsheft anlässlich des 40-jährigen Bestehens der Fachzeitschrift VISUELL.

Nicht kleckern, sondern klotzen

Es gibt nicht viele Unternehmen, die mal eben die Summe von 1 Milliarde Dollar in die Werbung stecken können – Apple kann!
Im Rahmen des zur Zeit laufenden Patentprozesses zwischen Apple und Samsung wurde bekannt, dass Apple bislang für das iPhone 647 Millionen Dollar und für das iPad 457 Millionen Dollar in die Werbung investiert hat. Das iPhone ist seit 2007 und das iPad zwei Jahre auf dem Markt.

„PhotoKlassik“ neu am Kiosk

Anlässlich der Photokina erschien erstmals auch eine neue Zeitschrift, welche zukünftig viermal pro Jahr gekauft werden kann.

Bei dem 100-Seiten starken Heft, das zum Preis von 9,80 EUR abgegeben wird, geht es um die klassische Fotografie. In der ersten Ausgabe wird die Bandbreite der analogen Fotografie vorgestellt, sowie die analoge SLR Nikon F6 und eine Übersicht über die noch lieferbaren Kleinbildanalogkameras.

Herausgeber sind Wolfgang Heinen und Thomas Maschke im neuen Heinen & Maschke, Photoklassik GbR Verlag mit Sitz in Königswinter.

dpa-Tochter startet SmartSites

Die dpa-Tochter news aktuell geht mit dem neuen Service SmartSite an den Start und produziert ab sofort kampagnenbezogene Websites. SmartSites fassen Unternehmensinformationen zusammen, bereiten sie multimedial auf und machen sie im Social Web teilbar. Journalisten, Marketingzielgruppen und Endverbraucher können sich ab sofort via SmartSite einen schnellen Überblick über Kampagnen, Produktneuheiten oder Events verschaffen – egal ob am Schreibtisch oder auf dem Smartphone.

Redaktionen ziehen an den Potsdamer Platz

Vom Frühjahr 2013 an werden die Berliner Büros von „Focus“, „Bunte“, „Superillu“, „Guter Rat“ und diverse Tochterunternehmen des Verlags Burda an einem Standort vereint.

„Ziel ist die Bündelung der journalistischen Qualität in der Hauptstadt Berlin“, sagt eine Burda-Sprecherin.

Bis Jahresende wird die Berliner Redaktion um ca. 30 Mitarbeiter aufgestockt die teilweise vom „Spiegel“ und „Financial Times“ kommen. Investiert wird laut dem neuen Focus-Chef Jörg Quoos in den Qualitätsjournalismus.

20 Millionen Fotobücher

Seit 2005 werden Fotobücher angeboten, die der wohl derzeitige Marktführer CEWE als einer der Ersten produziert hat.

Anlässlich der Photokina, teilt das Unternehmen mit, wurden über 33.000 HandelspartnerBücher angeboten und inzwischen 20 Millionen Bücher verkauft.

– Anzeige –

– Anzeige –

Kunst- und Museumsbibliothek der Stadt Köln

Rheinisches Bildarchiv

Kunst, Kulturgeschichte und Architektur Kölns und des Rheinlandes und die Bestände der Kölner Museen in ca. 750.000 Aufnahmen

Kattenbug 18-24 · 50667 Köln
www.museenkoeln.de/rba · E-Mail: rba@rbakoeln.de
Tel.: 0221 / 221-22354 · Fax: 0221 / 22296

In einer Zeit, in der Fotos immer häufiger – auch über das Mobiltelefon – angefertigt werden und die Bedeutung von Bildern als Kommunikationsmittel zunimmt, verzeichnet die Firma imposante Steigerungsraten.

SPORT BILD-Sonderheft „Handball Bundesliga“ mit DVD

SPORT BILD, Europas größte Sportzeitschrift, bringt zum Start der neuen Spielzeit 2012/2013 das Sonderheft „Handball Bundesliga“ heraus. Das Magazin enthält auf 102 Seiten alle wichtigen Informationen zu den Teams, Terminen und Stars der ersten und zweiten Liga sowie einen Saisonplaner. Als besonderes Highlight für Handballfans erscheint das Magazin erstmals mit DVD.

Die Handball-DVD präsentiert die schönsten Momente der vergangenen Spielsaison: Die besten Tore, der historische Rekord des THW Kiel, die Entscheidung im Abstiegskampf sowie das Rennen um die Europapokal-Plätze und das „Final Four“ um den DHB-Pokal.

Ein besonderer Höhepunkt im Heft ist der historische Bundestrainer-Gipfel, bei dem fünf ehemalige und der aktuelle Handball-Bundestrainer exklusiv für SPORT BILD über ihren Sport diskutieren.Das Sonderheft „Bundesliga 2012/2013“ ist für 5,50 Euro im Handel erhältlich.

Koexistenz zwischen Print- und Onlinemagazinen

Der Konkurrenzkampf zwischen Print- und Onlinemedien ist einem wohlgesonnenen und profitablen Miteinander gewichen.

„Titel definieren sich immer weniger über die Vertriebskanäle. Deren Beherrschung – ob Print, Digital, Social, Mobile – wird immer selbstverständlicher. Dadurch ist die Reichweite von Zeitschrifteninhalten größer“, erklärt Peter Klotzki, Geschäftsführer beim Verband Deutscher Zeitschriftenverleger.

Dem stimmt auch Alexander Wolf, Erfinder und Herausgeber des neuen Online-Stadtmagazins „AusserGewöhnlich Berlin“ zu: „Das ist genau die gleiche Fragestellung, ob das Handy das persönliche Gespräch zerstört. Nein, definitiv nicht!

Aber Handys sind nicht mehr wegzudenken und genau so ist es mit Online-Magazinen und Print-Publikationen.“

– Anzeige –

Ihr Zugang zu Photos der Kunst und Kulturgeschichte

culture-images

www.culture-images.de | contact@culture-images.de | Köln 0221 4307193

Bauer bringt Magazin für Frauen ab 50

Nachdem die Bauer Media Group bereits mit „MyWay“, ein Heft für die „Forever Forties“, an den Start ging, gibt es nun auch eine Zeitschrift für die Generation 50 plus.
Ab sofort liegt der neue Titel „Meins“ zum Preis von 2,50 Euro monatlich am Kiosk. Die Druckauflage der Frauenzeitschrift beträgt 300.000 Exemplare.
Die Leserinnen erwartet auf 136 Seiten ein Service- und Ratgeber-Teil sowie Storys über Prominente. Der Slogan des Magazins lautet „Frauen wie wir“.

Printsterben und kein Ende

Dass immer mehr Printmedien ihren Kampf gegen die rückläufigen Absatzzahlen aufgeben, ist an sich nichts Spektakuläres, weil dies fast schon zur Tagesordnung gehört.
Wenn aber eine Jugendzeitschrift, die in ihren besten Zeiten bis zu 2 Millionen Exemplare pro Woche verkaufte, jetzt die Printversion einstellt, weil der Verkauf auf unglaubliche 8.000 Stück pro Woche eingebrochen ist, lässt das schon aufhorchen.
Das ist die Situation der ältesten Jugendzeitschrift Großbritanniens „The Dandy“. Das Comic-Heft gibt es bereits seit 75 Jahren. Jetzt steht fest, dass mit der Jubiläumsausgabe am 4. Dezember 2012 das letzte Heft auf Papier erscheinen wird. Die Macher passen sich dem Zeitgeist an und vertreiben „The Dandy“ in Zukunft nur noch online.

Starkes Wachstum bei Digital-Abonnenten

Sehr erfreut zeigte sich Peter Hogenkamp, Leiter Digitale Medien bei der NZZ-Mediengruppe. Ende Juli 2012 konnten die „Neue Zürcher Zeitung“ und die „NZZ am Sonntag“ die Marke von 10.000 Digital-Abonnements überschreiten. Die täglichen Downloads liegen noch deutlich über diesem Wert, da auch die Abonnenten der Print-Titel Zugriff auf die digitalen Ausgaben haben.
Mit dieser Anzahl digitaler Abos liegt die NZZ in absoluten Zahlen in der Schweiz an der Spitze und – trotz des wesentlich kleineren Markts – auf Augenhöhe mit vergleichbaren Angeboten im gesamten deutschsprachigen Raum. „Diese Zahlen widersprechen der weitverbreiteten Meinung, es gebe keine Zahlungsbereitschaft für rein digitale Inhalte“, erklärt ein Verlagssprecher.
Unter dem Titel „Olympische Spiele 2012 London“ präsentiert es auf 192 Seiten und in mehr als 350 Farbfotos die schönsten und emotionalsten Momente des Athletenfestes in der britischen Hauptstadt. Alle Texte und Tabellen stammen von dpa Corporate Content, einer Abteilung der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH. Erschienen ist der Band bei Copress Sport im Stiebner Verlag in München.

Bertelsmann vollzieht Wechsel der Rechtsform

Europas größter Medienkonzern Bertelsmann ist keine Aktiengesellschaft mehr, sondern eine SE & Co. KGaA, eine europäische Kommanditgesellschaft auf Aktien mit einer SE (Societas Europaea) als geschäftsführender Gesellschafterin. Der bereits von Bertelsmann-CEO Thomas Rabe angekündigte Wechsel der Rechtsform ist nun vollbracht und bereits im Handelsregister eingetragen.
Die Eigentumsverhältnisse bleiben unangetastet. Mit der neuen Rechtsform sollen sich Bertelsmanns Möglichkeiten verbessern, Investoren anzulocken und Kapital zu besorgen, ohne dass die Eigentümerfamilie Mohn Stimmrechte abgeben muss.

Lonely Planet Traveller

Ende 2012 soll es in Deutschland ein neues Reisemagazin geben. Die Hamburger Life! Magazin GmbH will die englische Zeitschrift „Lonely Planet Traveller“ an die deutschen Kioske bringen. Das UK-Magazin gilt

in England als das am schnellsten wachsende Reisemagazin. Die Gesamtauflage liegt bei 60.000 und die Abo-Zahlen bei 38.000 Exemplaren.
„Das Magazin ‚Lonely Planet Traveller' ergänzt die international erfolgreichen Reiseführer, die ‚Lonely Planet Guides', auf eine hervorragende Weise, und profitiert von dem riesigen weltweiten Lonely Planet-Netzwerk an Korrespondenten, Buchautoren und Reisejournalisten. Das ist einmalig. Wir freuen uns auf diese neue Herausforderung", sagt Anne Coppenrath, Chefredakteurin der kommenden deutschsprachigen Ausgabe.
„Lonely Planet Traveller" soll in Deutschland zunächst alle zwei Monate erscheinen und einen Umfang von 132 Seiten haben. Über den Verkaufspreis ist derzeit noch nichts bekannt.

„red dot" für BFF-Jahrbuch

Der BFF Bund Freischaffender Foto-Designer wird für das „BFF-Jahrbuch 2012" am 24. 10. 2012 zum zweiten Mal mit dem „red dot award: communication design" ausgezeichnet.
15 Juroren, allesamt international renommierte Designexperten, beurteilten jede einzelne der insgesamt 6.823 Einreichungen live und vor Ort. 511 Arbeiten wurden mit einem red dot ausgezeichnet. In der Ausstellung „Design on stage – winners red dot award: communication design 2012" in der Alten Münze Berlin werden die Siegerarbeiten 2012 präsentiert.
Für das Design des Jahrbuchs 2012 hat man sich auch in diesem Jahr etwas Besonderes ausgedacht. Es wurde zu dem, worin alle Bilder irgendwann einmal das Licht des Tages erblickt haben, einer Schachtel, in der Papier und Filme gelagert wurden. Spannend und nicht vorhersehbar war damit auch der Versand des Buches, denn das Buch 2012 gibt es äußerlich in drei unterschiedlichen „Foto-Schachteln", deren Design sich an KODAK, ILFORD und AGFA anlehnt, um damit der großen Vergangenheit dieser drei Firmen Tribut zu zollen.
Die Sieger werden im Rahmen der feierlichen Preisverleihung am 24. Oktober 2012 im Konzerthaus Berlin geehrt.

LandIDEE-Verlag startet „LandFRISCH"

Der LandIDEE-Verlag bringt eine weitere Line Extension seines Lebensart-Magazins auf den Markt. Das neue Heft bietet im Rhythmus der Jahreszeiten mehr als 75 Rezepte mit Gerichten und Zutaten der Saison.
Für das erste Heft ist das „LandFRISCH"-Team mit einer Jägerin auf die Pirsch gegangen und zeigt den Leserinnen und Lesern die optimale Zubereitung von Wild.
„Ein besonderer Höhepunkt in der ‚LandFRISCH' sind Tipps unseres Kochs Markus Thyssen, der jedes Mal exklusiv für uns den Kochlöffel schwingt und feine Landküche mit dem gewissen Extra zaubert", sagt „LandFRISCH"-Chefredakteurin Katrin Tempel, die gemeinsam mit Britta Werth das Konzept des Magazins entwickelt hat.
Die erste Ausgabe von „LandFRISCH" hat eine Startauflage von 120.000 Exemplaren. Das Magazin kostet 3,95 Euro und soll bei Erfolg künftig alle zwei Monate erscheinen.

„FAZ": Neues Themenmagazin

Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung" („FAZ") bringt ein neues Magazin an den Kiosk. Der Titel „Frankfurter Allgemeine Thema". Das Heft beschäftigt sich in seiner ersten Ausgabe mit zwei Dossiers: „Geld" und „Digitales Denken".
Die „FAZ"-Autoren bringen im neuen Magazin Analysen, Hintergrundberichte und Interviews. Und aus den großen „FAZ"-Archivs kommen Beiträge aus der „FAZ" und der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung („FAS") dazu, unter anderem von Frank Schirrmacher,Holger Steltzner oder Rainer Hank. Diese ergänzen die Frankfurter durch Informationsgrafiken, Lese- und Internettipps auf speziellen Serviceseiten.
Die erste Ausgabe von „Frankfurter Allgemeine Thema" startet mit einer Druckauflage von 40.000 Stück. Preis: 4,90 Euro. Eine zweite Nummer ist bereits für den 22. November geplant. Dann wird es um die „Arabellion" und die „Aussichten der Energiewende" gehen.

Bildagenturen auf der Frankfurter Buchmesse 2012 vom 10. bis 14. Oktober

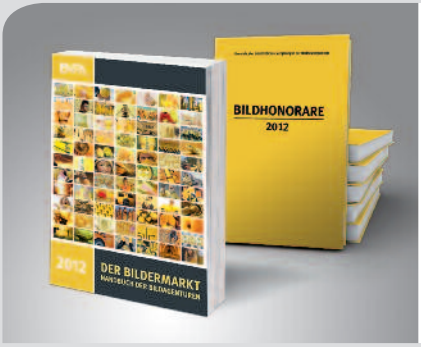
	Unternehmen	Ort/Stadt	Land	Stand 2012
1	Advocate Art Ltd.	Ashtead, Surrey	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 B964
2	Akg-Images gmbH /Archiv für Kunst und Geschichte	Berlin	Deutschland	Halle 4.1 M533
3	Al Waraqoon Company W.L.L.	Budaiya	Bahrain	Halle 4.1 K508
4	Alinari 24 ORE S.p.a.	Firenze	Italien	Halle 4.1 H519
5	Antares Publishing House	Yerevan	Armenien	Halle 5.1 E959
6	Arcaid Images	Kingston upon Thames	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 L906
7	Art-Tech: Archive of Technical Illustrations & Photographs	London	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 A954
8	Bildagentur mauritius images GmbH	Mitterwald	Deutschland	Halle 3.1 A116
9	Bildarchiv Okapia KG	Frankfurt/Main	Deutschland	Halle 3.1 A117
10	BN Licensing bv.	Roosendaal	Niederlande	Halle 5.0 B923
11	BOOK FACES / Gute Aussichten	Frankfurt/Main	Deutschland	Halle 5.1 A935
12	bpk Bildagentur für Kunst, Kultur und Geschichte	Berlin	Deutschland	Halle 4.1 K516
13	Bridgeman Art Library	Berlin	Deutschland	Halle 3.1 A118
14	Camera Immaginativa di Giovanni Chiaramonte	Milano	Italien	Halle 4.1 N566
15	ClipDealer GmbH	München	Deutschland	Halle 3.1 A114
16	Corbis	London	Vereinigtes Königreich	Halle 3.1 A125
17	Deutsches Dokumentations-zentrum für Kunstgeschichte Bildarchiv Foto Marburg	Marburg	Deutschland	Halle 4.1 J511
18	dpa Picture-Alliance GmbH	Frankfurt/Main	Deutschland	Halle 3.1 A122
19	Edition Lammerhuber	Baden	Österreich	Halle 5.0 E932
20	Editorial Chiquitana	Santa Cruz de la Sierra	Bolivien	Halle 5.1 E911
21	Eurocrom 4 S.r.l.	Villorba (TV)	Italien	Halle 4.1 L544
22	Filu - Archiv der Zeichner und Fotografen	Berlin	Deutschland	Halle 3.0 K371
23	Fotolia Service GmbH	Berlin	Deutschland	Halle 3.1 A119
24	fotoLibra	London	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 L918
25	G.O.L.F. di Gianni Oliva	Torino	Italien	Halle 4.2 E439
26	Gesellschaft für Verlagswerte	Kreuzlingen	Schweiz	Halle 3.1 B184
27	Getty Images Devco UK Ltd.	London	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 L902
28	Idea Evangelische Nachrichtenagentur	Wetzlar	Deutschland	Halle 3.1 H122
29	Intercontinental Greetings Ltd.	New York, NY	Vereinigte Staaten	Halle 8.0 S949
30	INTERFOTO Bildagentur	München	Deutschland	Halle 3.1 A120
31	iStockphoto - Getty Images - Thinkstock	München	Deutschland	Halle 3.1 A123
32	JSTOR & Portico Trademark of ITHAKA	New York, NY	Vereinigte Staaten	Halle 8.0 R911
33	Kossuth Publishing Corp.	Budapest	Ungarn	Halle 5.0 C958
34	Mary Evans Picture Library	London	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 L910
35	Museums of Russia "Die Marone"	Berlin	Deutschland	Halle 4.1 K527
36	Nature Picture Library	Bristol	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 L908
37	Northern Pilgrim Publishing House	Moscow	Russische Föderation	Halle 4.1 K525
38	Parkstone Press US	New York, NY	Vereinigte Staaten	Halle 8.0 O939
39	Planman Technologies Inc.	Cincinnati, OH	Vereinigte Staaten	Halle 8.0 L973
40	Réunion des Musées Nationaux-Grand Palais	Paris Cedex 12	Frankreich	Halle 6.1 A954
41	Rough Guides	London	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 G941
42	Royal Collection Trust	London	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 D928
43	Sassi Editore	Schio (VI)	Italien	Halle 5.1 C902
44	Scala Group S.p.A.	Bagno a Ripoli (FI)	Italien	Halle 4.1 H508
45	Shutterstock	New York, NY	Vereinigte Staaten	Halle 3.1 A113
46	Top Touch Ltd.	Petach-Tikva	Israel	Halle 3.1 J214
47	TopFoto.co.uk	Edenbridge, Kent	Vereinigtes Königreich	Halle 8.0 L906
48	Topic Media Service	Ottobrunn	Deutschland	Halle 3.1 A153
49	Ultreya S.r.l.	Milano	Italien	Halle 4.1 N568
50	Unseen Lithuania UAB UNSEEN PICTURES	Vilnius	Litauen	Halle 5.0 B939
51	VS-Books Torsten Verhülsdonk	Herne	Deutschland	Halle 3.1 B179

Aktuelle Rechtsfragen aus unserer Branche

Unsere Themen:

- Kirche zieht einstweilige Verfügung gegen „Titanic“ zurück S. 19
- Auch Polizeibeamte dürfen fotografiert werden ...
- Kritik vom Bundesverband S. 20
- Bitte kritisch berichten! S. 21
- Digitaler Buchverleih infrage gestellt ...
- Gericht verbietet „Tagesschau“-App S. 22
- Fotos aus Diskotheken nur mit Einwilligung ...
- Fotos in Online-Archiven nur zeitlich beschränkt S. 23

– Anzeige –



Jedes Jahr neu, immer aktuell

Bildermarkt 2012
Das Standardwerk für alle, die mit Fotografie zu tun haben.

Bildhonorare 2012
Ein Muss für jeden, der Fotorechte an- oder verkaufen möchte.

Bildhonorare-App
Alle Bildhonorare jetzt auch als App über den App Store.

BVPA
Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V.

online bestellen: **www.bvpa.org**

Die Illustrationen auf den Recht-Seiten wurden uns von Fotolia zur Verfügung gestellt.

Kirche zieht einstweilige Verfügung gegen „Titanic“ zurück

Im Rechtsstreit zwischen dem Satiremagazin „Titanic“ und Papst Benedikt XVI. hatte das Magazin gegen die vom Papst erwirkte Einstweilige Verfügung Widerspruch eingelegt. Vor dem Landgericht Hamburg sollte die Hauptverhandlung stattfinden. Grund für die Auseinandersetzung ist das Juli-Titelbild der „Titanic“, das den Papst unter der Überschrift „Halleluja im Vatikan – Die undichte Stelle ist gefunden!“ mit einer befleckten Soutane zeigt.
Inzwischen hat der Apostolische Stuhl die einstweilige Verfügung zurückgezogen, sodass die anberaumte Hauptverhandlung nicht stattfand. Nach dem Eingang von 182 Beschwerden hat der Deutsche Presserat am 27. September eine öffentliche Rüge ausgesprochen.

Auch Polizeibeamte dürfen fotografiert werden

Das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig hat entschieden, dass ein von der Polizei gegenüber Mitarbeitern einer Zeitung ausgesprochenes Verbot rechtswidrig war, nach dem Polizeibeamte des Spezialeinsatzkommandos während eines Einsatzes nicht fotografiert werden dürften.
Beamte des Spezialeinsatzkommandos der Polizei waren beauftragt, den der gewerbsmäßigen Geldwäsche beschuldigten mutmaßlichen Sicherheitschef einer russischen Gruppierung organisierter Kriminalität aus der Untersuchungshaft bei einer Augenarztpraxis in der Schwäbisch Haller Fußgängerzone vorzuführen.
Der Einsatz wurde von zwei Journalisten, darunter einem Fotoreporter, bemerkt. Nachdem dieser sich anschickte, Bilder von den Dienstfahrzeugen und den eingesetzten Beamten anzufertigen, forderte der Einsatzleiter ihn auf, das Fotografieren zu unterlassen. Der Journalist unterließ es daraufhin, Bilder anzufertigen. Die Polizei rechtfertigte das Verbot unter anderem damit: Die eingesetzten Beamten des Spezialeinsatzkommandos hätten durch die Veröffentlichung der angefertigten Fotografien in der Zeitung enttarnt werden können. Dadurch hätte ihre künftige Einsetzbarkeit im Spezialeinsatzkommando beeinträchtigt und sie selbst hätten persönlich durch Racheakte gefährdet werden können.
Das Verwaltungsgericht Stuttgart wies die Klage des Zeitungsverlags ab, für den die Journalisten tätig sind. Auf die Berufung des Verlags stellte der Verwaltungsgerichtshof Mannheim fest, dass das Vorgehen des Einsatzleiters rechtswidrig war. Der Verwaltungsgerichtshof hat dabei unter anderem angenommen: Die Gefahr einer unzulässigen Veröffentlichung der angefertigten Fotografien habe nicht bestanden, weil mangels gegenteiliger konkreter Anhaltspunkte von einer Vermutung rechtstreuen Verhaltens der Presse und damit davon auszugehen sei, dass sie keine Porträtaufnahmen der eingesetzten Beamten und im Übrigen nur Fotografien veröffentlichen werde, auf denen die Beamten, insbesondere durch Verpixelung ihrer Gesichter, unkenntlich gemacht seien.

– Anzeige –

Das Bundesverwaltungsgericht hat die Revision des beklagten Landes zurückgewiesen. Die Polizei durfte nicht schon das Anfertigen der Fotografien untersagen. Der Einsatz von Polizeibeamten, namentlich ein Einsatz von Kräften des Spezialeinsatzkommandos stellt im Sinne der einschlägigen Bestimmung des Kunsturhebergesetzes ein zeitgeschichtliches Ereignis dar, von dem Bilder auch ohne Einwilligung der abgelichteten Personen veröffentlicht werden dürfen. Ein berechtigtes Interesse der eingesetzten Beamten kann dem entgegenstehen, wenn die Bilder ohne den erforderlichen Schutz gegen eine Enttarnung der Beamten veröffentlicht werden. Zur Abwendung dieser Gefahr bedarf es aber regelmäßig keines Verbots der Anfertigung von Fotografien, wenn zwischen der Anfertigung der Fotografien und ihrer Veröffentlichung hinreichend Zeit besteht, den Standpunkt der Polizei auf andere, die Pressefreiheit stärker wahrende Weise durchzusetzen. Eine solche Lage war hier nach den Feststellungen des Verwaltungsgerichtshofs gegeben.

BVerwG 6 C 12.11 – Urteil vom 28. März 2012

Vorinstanzen:

VGH Mannheim, 1 S 2266/09 – Urteil vom 19. August 2010 –

Kritik vom Bundesverband

Der Verband BITKOM hat den vom Bundeskabinett beschlossenen Gesetzentwurf für ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger erneut kritisiert. Dr. Rohleder, Hauptgeschäftsführer des Verbandes, meint:

„Die Bundesregierung will das Gesetz gegen die grundsätzliche Kritik von Unternehmen, Bloggern und Internetexperten durchsetzen. Sie plant damit einen weltweit einmaligen Alleingang, der an internationale Gründer und Investoren ein ungutes Signal aussendet: Innovative Online-Dienste sind in Deutschland nicht erwünscht! Junge Web-Unternehmen werden von Deutschland abgeschreckt.“

Nach dem vor kurzem beschlossenen Gesetzentwurf erfasst das geplante Leistungsschutzrecht neben Suchmaschinen auch andere Dienste, die „Inhalte entsprechend aufbereiten“. Rohleder: „Der Gesetzentwurf lässt offen, welche Dienste gemeint sind. Diese Rechtsunsicherheit wird dazu führen, dass innovative Online-Angebote im Bereich der Medienbeobachtung oder der Aggregation von Inhalten vom deutschen Markt vertrieben werden.“
„Es gibt weder einen gesellschaftlichen noch einen politischen Konsens über die Notwendigkeit dieses neuen Schutzrechtes und der sich daraus ableitenden Abgaben. Die Diskussion darüber muss in der notwendigen Breite geführt werden, bevor ein von allen Seiten kritisiertes Gesetz durch den Bundestag gepaukt wird“, betont Rohleder.
Der BITKOM vertritt mehr als 1.700 Unternehmen, davon über 1.100 Direktmitglieder mit 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Nahezu alle Global Player sowie 800 Mittelständler und zahlreiche gründergeführte Unternehmen werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Sotftware & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien.

Bitte kritisch berichten!

Die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten Union (dju in ver.di) forderte ihre Mitglieder auf, über die Deutschlandkonzerte von Coldplay kritisch zu berichten oder sie zu boykottieren.
Grund: Fotografinnen und Fotografen wurden in ihrer Arbeit massiv eingeschränkt:
„Die Presse sollte niemanden mit Bildern und Berichten adeln, der Pressefreiheit und Urheberrechte für ungültig erklärt und Konzerthallen zu rechtsfreien Räumen machen will“, sagte dju-Bundesgeschäftsführerin Cornelia Haß.
Anmerkung: Ist die Aufforderung zur kritischen Berichterstattung, auch wenn die Veranstaltung gut ist, eine angemessene Lösung?

Digitaler Buchverleih infrage gestellt

Der Bundesgerichtshof (BGH) in Karlsruhe reichte folgendes Verfahren an den Europäischen Gerichtshof (EuGH) in Luxemburg weiter: Zu klären ist die Frage, inwieweit Bibliotheken ihren Nutzern bestimmte Bücher in digitalisierter Form zugänglich machen dürfen.
Geklagt hatte der Buchverlag Eugen Ulmer gegen die Technische Universität Darmstadt.
In der Vorinstanz hatte das Landgericht Frankfurt 2011 der Universitätsbibliothek die Digitalisierung von Lehrbüchern ohne spezielle Lizenz erlaubt, damit diese an elektronischen Leseplätzen von Studenten genutzt werden können.
Gleichzeitig untersagte das Landgericht der Universitätsbibliothek das Ausdrucken sowie das Speichern digitalisierter Bücher auf USB-Sticks.
Das Landgericht wies daraufhin, dass es den Bibliotheken erlaubt sei, urheberrechtlich geschützte Werke zu digitalisieren. Dies gelte auch dann, wenn der Verlag Angebote zum Abschluss eines Lizenzvertrages unterbreitet habe.
Das Ausdrucken oder das Kopieren auf einen USB-Stick sei jedoch nicht gestattet.
Gegen dieses Urteil wurde eine sogenannte „Sprungrevision“ eingelegt. So ging die Streitfrage gleich zum höchsten deutschen Zivilgericht, dem BGH.
Inzwischen ist die Angelegenheit in Luxemburg gelandet.
Der Verlag betonte, dass die Thematik, die viele Universitäten, Bibliotheken und Verlage betrifft, von großer wirtschaftlicher und praktischer Bedeutung für die Verlage ist.
Skeptisch äußerte sich der Vorsitzende Richter bei einer Revisionsverhandlung über die neue Möglichkeit des Kopierens digitaler Bücher auf einen USB-Stick.

Der Stick trete nach Auffassung des Richters an die Stelle des Buches.
Ein Buch, das man sonst käuflich erwerben müsste, sei so in der Bibliothek von einem USB-Stick zu beziehen, und dies würde das Verlagsgeschäft erheblich beeinträchtigen.
Argumentiert wurde gleichfalls mit dem Hinweis, dass das Abspeichern auf einen USB-Stick im Ergebnis nichts anders sei als das Ablichten eines Werkes am Kopierer – nur gehe es wesentlich schneller.
(AZ: I ZR 69/11)

Gericht verbietet „Tagesschau“-App

Im Rechtsstreit um die „Tagesschau“-App hat das Landgericht Köln den klagenden Zeitungsverlagen recht gegeben.
Acht Tageszeitungsverlage hatten der ARD und insbesondere dem für die „Tagesschau“-App verantwortlichen öffentlich-rechtlichen Sender NDR vorgeworfen, mit der App trete die ARD in einen unlauteren Wettbewerb mit den kostenpflichtig angebotenen Apps der Verlage.
Die Applikation für Smartphones enthalte zu viele „nicht sendungsbezogene presseähnliche Angebote“, ihre Verbreitung verstoße daher gegen den Rundfunkstaatsvertrag.
Zu den Verlagen, die gegen die „Tagesschau“-App klagen, gehören die Axel Springer AG (BILD, BILD.de), die Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, die Süddeutsche Zeitung GmbH, die WAZ-Mediengruppe, die Mediengruppe DuMont Schauberg („Kölner Stadt-Anzeiger“), die Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag („Flensburger Tageblatt“) und die Dortmunder Lensing Medien GmbH („Ruhr Nachrichten“).
Die „Tagesschau“-App ist seit dem Start im Dezember 2010 mehr als 4,5 Millionen Mal heruntergeladen worden. ARD und NDR kündigten an, dass sie in Berufung gehen werden.

–Anzeige–

Fotos aus Diskotheken nur mit Einwilligung

In einem Rechtsstreit vor dem AG Ingolstadt (Az.: 10 C 2700/08) ging es um die Veröffentlichung von Diskothekenbildern. Bei diesen wurden Besucher einer Diskothek fotografiert und die Fotos später im Internet veröffentlicht. Die Abgebildeten erhalten in der Regel eine sog. „Hand-Out“-Karte durch den Fotografen, mit welcher er auf die Internetseite hinweist, auf welcher die Fotos später eingestellt werden.
Konkret ging es in dem Verfahren um mehrere Bilder, welche der Fotograf vom Kläger anlässlich eines Besuchs in einer Diskothek gemacht hat. Die Bilder zeigen den Kläger auf der Tanzfläche der von ihm besuchten Diskothek, wobei die Person gut erkennbar im Vordergrund des Bildes positioniert ist. Im Randbereich ist die Masse der Diskothekenbesucher erkennbar.

Diese Bilder wurden zeitnah nach dem Besuch auf der Webseite des Verfügungsbeklagten eingestellt.
Dagegen ging der Kläger vor. Er verlangte die Löschung seiner Bilder und die Abgabe einer Unterlassungserklärung. Die Verfügungsbeklagte löschte die Bilder, lehnte jedoch die Abgabe der Unterlassungserklärung ab.
Das Gericht gab dem Kläger recht. Nach Ansicht des Gerichts hat der Kläger glaubhaft gemacht, dass der Fotograf ohne seine Einwilligung Bilder von ihm in das Internet eingestellt und somit öffentlich zugänglich gemacht hat.
Gemäß § 22 KUG dürfen Bildnisse nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden, wobei eine Einwilligung im Zweifel als erteilt gilt, wenn der Abgebildete dafür, dass er sich abbilden lässt, eine Entlohnung erhält.
Im konkreten Fall handelt es sich um gut erkennbare, die individuellen Gesichtszüge des Verfügungsklägers wiedergebende Fotos, die in das Internet eingestellt wurden. Im Übrigen wurde zwar, was den Randbereich der Bilder anbelangt, eine Aufnahme in die Masse der Diskothekenbesucher hinein gefertigt. Der Verfügungskläger ist jedoch auf den besagten Fotos im Vordergrund hervorgehoben eindeutig erkennbar und identifizierbar.
Das Gericht folgte nicht der Argumentation des Fotografen, nach welcher der Kläger bereits mit dem Besuch der Diskothek in eine Veröffentlichung von Bildern eingestimmt hat.
Der Besuch der Diskothek per se beinhaltet kein Einverständnis für die Anfertigung und Veröffentlichung des eigenen Bildnisses, auch wenn in derartigen Lokalen heute üblicherweise entsprechende Fotografien gefertigt und zu Werbezwecken im Internet veröffentlicht werden.
Ebenfalls lag nach Ansicht des Gerichts kein Fall vor, wonach die Einwilligung i. S. d. § 22 KUG entbehrlich ist (d. h. § 23 KUG - Zeitgeschichte, Beiwerk, Versammlung, Kunst).
Die gegenständlichen Bildnisse sind weder dem Bereich der Zeitgeschichte zuzuordnen, noch fungiert der Kläger lediglich als Beiwerk oder Teilnehmer einer Versammlung oder eines Aufzuges.

Anmerkung Rechtsanwalt Hoesmann
Das Persönlichkeitsrecht der abgebildeten Person sollte von Fotografen beachtet werden. Ohne eine zumindest mündliche Zustimmung sollten Personenaufnahmen immer mit Vorsicht publiziert werden. Es gibt zwar Ausnahmen, dass Fotos auch ohne konkrete Einwilligung publiziert werden dürfen, ob diese Voraussetzungen jedoch im Einzelfall vorliegen, ist häufig Thema von gerichtlichen Auseinandersetzungen.

Fotos in Online-Archiven nur zeitlich beschränkt

Der Bundesgerichtshof hat in einem Grundsatzurteil (Az.: I ZR 127/09) entschieden, dass Online-Archive nur ein zeitlich beschränktes Recht zur Nutzung von Fotos haben, wenn auf diesen urheberrechtlich geschützte Werke wahrnehmbar sind.
In dem zugrunde liegenden Verfahren ging es um Fotos einer Ausstellungseröffnung aus dem Jahr 2002. Über diese hat die beklagte Zeitung damals in ihrer Print-Ausgabe berichtet und den vollständigen Artikel, inklusive der Fotos, in ihr Online-Archiv eingestellt. Auf den Fotos waren auch die damals ausgestellten Bilder zu sehen.
Die Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst sah darin eine Verletzung der Urheberrechte des Künstlers.
Der BGH hat die Frage, ob Fotos dauerhaft in Online-Archiven zugänglich gemacht werden dürfen, verneint. Die Karlsruher Richter haben eine Nutzung untersagt, wenn die Veranstaltung selbst nicht mehr als Tagesereignis gewertet werden kann.
Durch die dauerhafte Nutzung in dem Online-Archiv verletzt die Zeitung die Rechte des Künstlers.
Anmerkung Rechtsanwalt Hoesmann:
Diese Entscheidung stellt für Zeitungen und Verlage mit großen Archiven, aber auch für Bildagenturen und Fotografen eine erhebliche Einschränkung dar. Bislang reichte es für die Nutzung in Online-Archiven aus, dass die Nutzung zum Zeitpunkt der erstmaligen Veröffentlichung erlaubt war. Nunmehr muss für eine erlaubnisfreie Nutzung auch später noch das Merkmal „Tagesereignis“ bejaht werden, was sicherlich für einen Großteil der archivierten Bilder nicht gilt.

www.hoesmann.eu **Tel.: 030 956 07 177**

Downloadgebühren

Pro Contra

In den Honorarempfehlungen 2012 des MFM sucht man vergebens nach einer Angabe über die Höhe der Downloadgebühren, die in der Branche üblich sind.

Der Großverlag Axel Springer sowie weitere Verlage wollen diese Gebühr 2013 nicht mehr bezahlen. Fotoagenturen, die auf diese Kostenberechnung von sich aus verzichten, gibt es eine ganze Reihe, wie sich aus einer Blitzumfrage ergab, welche die Redaktion VISUELL aktuell durchführte.

Der Trend der großen Bildagenturen mit Millionen Bildern geht zum Abonnementangebot mit Pauschalen. Gleichzeitig gibt es auch eine Strömung zu einer individuellen Bildsuche, die sich von den großen Bildportalen abwendet. Masse ist nicht gleich Klasse! Unter diesem Motto beginnt bei den Bildsuchern ein Umdenken. Man geht wieder mehr zu Spezialisten und direkt zu Agenturen. Aus dem Umfrageergebnis bei Bildanbietern ergibt sich, dass 61 % die Downloadgebühren berechnen und 39 % diese Gebühren nicht in Rechnung stellen. Bei der Nichtberechnung kam mehrmals der Zusatz: „Wir werden diese Gebühr auch zukünftig nicht berechnen“. Bei einigen Agenturen erfolgte der Zusatz: „Bei Bildportalen werden wir diese Gebühr gleichfalls nicht berechnen.“

Die Befürworter dieser Gebühr vergleichen diese mit den einstmals üblichen Bearbeitungsgebühren, die zum Teil auch heute noch berechnet werden, soweit umfangreiche Recherchen notwendig wurden oder sehr aufwändige Arbeiten vorausgingen. Die Gebühr für einen Download wurde uns mit 5,00 EUR – 10,00 EUR pro Motiv angegeben. Teilweise werden auch Pauschalen genannt. Eine Bildagentur sprach von einer Bereitstellungspauschale, die für einen Monat berechnet wird mit zusätzlich 19 % MwSt. Die beste Lösung wäre, so ist von einer

Agentur zu hören, wenn die Portalbetreiber ihre Kosten den Bildsuchern in Rechnung stellen würden und die Bildanbieter lediglich für den Speicherplatz einen Betrag bezahlten. Mit diesem Vorschlag waren angesprochene Portalbetreiber nicht einverstanden und wiesen darauf hin, dass es ihre Aufgabe ist, Bilder bereitzustellen und die notwendigen technischen Voraussetzungen für den Verkauf zu bieten und zu pflegen.

Eine renommierte Agentur, die sich für die Beibehaltung der Downloadgebühren aussprach, räumte ein, dass sie evtl. bereit sei, bei guten Kunden Ausnahmen anzubieten oder Sondervereinbarungen zu treffen, jedoch am Prinzip der Downloadgebühren nichts verändern will.

Der bekannte Berliner Bildjournalist und Agenturinhaber Max Kohr meinte zu diesem heißen Thema: „Kosten für Downloads stellen Service-

Alle Fotos: PIAG/Brinzer

kosten dar, die für die Bereitstellung der zur Verwendung in Frage kommenden Fotos berechnet werden. In diesen Kosten sind sowohl der administrative Aufwand als auch die Aufwendungen für Fremdleistungen enthalten."

Es sind Kosten, die eine Vermarktung der Fotos ermöglichen.

In diese Kosten fließen nicht die Kosten für die Erstellung oder die Erträge für die Lizenzierung der Fotos ein.

Grundlage für die Berechnung ist die aufgewandte Zeit, die notwendig ist, ein Foto so aufzubereiten, dass es vom Kunden genutzt werden kann.

Die betriebswirtschaftliche Kalkulation einer Arbeitsstunde schließt alle Kosten ein, die für den reibungslosen Ablauf eines Bildanbieters nötig sind. Dies sind u. a. Personal-, Raum-, Arbeitsmittel-, Miet-, Internet-, Telefon- und Nebenkosten. Die Kosten, die auf dieser Basis für eine Betriebsstunde ermittelt wurden, betragen 120,00 Euro.

Der durchschnittliche Zeitaufwand zur Aufbereitung eines Fotos (das schließt u.a. die optische Nachbearbeitung, Verschlagwortung und Übertragung ein) liegt bei ca. 10 Minuten pro Foto.

Bei kalkulierten Kosten von 120,00 Euro für 60 Minuten, errechnet sich ein Betrag von 20,00 Euro für 10 Minuten.

Da ein großer Anteil der Fotos, die den Kunden angeboten werden, aus analogen Zeiten stammt, müssen bei der Berechnung der Aufwendungen pro Foto der dafür sehr viel höhere Aufwand und die damit verbunden höheren Ko-

sten, mit einbezogen werden. Die höheren Aufwendungen entstehen nicht nur aus den Kosten für zusätzliche technische Ausrüstung (Scanner und zus. Rechner) und dem personellen Aufwand für die notwendige manuelle Arbeit, sondern auch aus dem Rechercheaufwand zur Verschlagwortung der Fotos.

Allein der ermittelte Zeitaufwand (ohne Einberechnung der zusätzlichen technischen Geräte) liegt bei ca. 15 Minuten pro Foto, das als analoges Foto in ein zum Vertrieb geeignetes digitales Foto aufbereitet wird.

Dies ergibt einen Betrag von 30,00 Euro, der pro Foto berechnet werden müsste.

Selbst eine Mischkalkulation von digitalen und analogen Fotos liegt bei 25,00 Euro, die unter betriebswirtschaftlichen Aspekten für die Bereitstellung eines Fotos in Rechnung gestellt werden müssten.

Dies zeigt, so meint Max Kohr, dass der unter Marktdruck beeinflusste Betrag von 9,00 Euro für Download nicht kostendeckend ist.

Die Situation in Österreich und der Schweiz ist ähnlich. Es gibt Befürworter und Gegner der Downloadgebühren. Dass Agenturen von sich aus auf die Berechnung verzichten wollen hat die Redaktion von VISUELL aktuell überrascht. Dass Bildnutzer Gebühren streichen wollen, ist nachvollziehbar. Von den europäischen Bildagenturverbänden gibt es keine Vorgaben oder Preisempfehlungen. Von den Kunden der Bildagenturen werden die relativ niedrigen Gebühren berechnet und bezahlt. Inwieweit dies in Zukunft so bleiben wird, werden die Bildnutzer entscheiden, die ein Interesse daran haben, diese Kosten in Zukunft zu sparen und Änderungen bereits angekündigt haben.

H. W. Dietrich

Trendscouting und Trends in der modernen Food-Fotografie

Ursprünglich wurden Food-Aufnahmen fast ausschließlich im **dokumentarischen Stil** gefertigt. Es dominierte die klare Rezeptabbildung als „Koch-Vorlage“. Die Zutaten wurden um das Gericht arrangiert. In den letzten Jahren haben sich verschiedene Trends und Stilrichtungen entwickelt, die heute gleichberechtigt nebeneinander stehen. Ab Anfang der 90er Jahre kamen neue Strömungen auf, als ausgehend von Australien und England die Food-Fotografie „neu erfunden“ wurde.

Nun stand nicht mehr der dokumentarische, sondern der **grafische Stil** im Vordergrund, bei dem Bilder gestaltet und grafisch aufgebaut wurden. Dekoration, Ambiente und Farbzusammenspiel rückten in den Mittelpunkt. Requisiten wurden zu wichtigen Gestaltungselementen, und für lange Zeit waren Food-Aufnahmen ohne gestyltes Geschirr, Designer-Besteck und –Gläser kaum denkbar. Dies führte jedoch dazu, dass die Aufmerksamkeit oftmals erheblich vom eigentlichen Rezept oder Gericht abgelenkt wurde.

Zeitgleich mit der Entwicklung dieses Stils ging man von der dunklen, scharfen, dokumentarischen Fotografie zu einer sehr hellen, teils überstrahlten über. Wichtiges Gestaltungselement wurde die Unschärfe: Ein enger Bildbereich wird fokussiert, Vorder- und Hintergrund verschwimmen. Es dauerte eine gewisse Zeit, bis sich dieser neue Trend, der heute weltweit gang und gäbe ist, durchsetzen konnte.

Inzwischen gibt es jedoch einen Gegentrend zur gestylten, hellen und „unscharfen“ Food-Fotografie: Die Bilder werden zunehmend puristisch, Requisiten werden zurückhaltend und nur zur Aussageverstärkung eingesetzt, der Fokus liegt wieder auf der Ästhetik des abgelichteten Gerichts – verstärkt durch die Präsentation auf neutralem weißen Porzellan und dem Einsatz teilweise kräftiger Farben.

Als jüngste Trends tauchen vier neue Lieblingsthemen in den führenden Magazinen auf: **„Granny Chic“**, **„Landlust“**, **„Passion Fruits“** und **„Mystic Light“**.

Granny Chic

Ein Topf Brennnessel-Spinatsuppe und Röstbrot © StockFood.com /Paul, Michael [00333195]

Blauer Küchentisch mit verschiedenen emaillierten Töpfen © StockFood.com /Paul, Michael [00860051]

Französische Zwiebelsuppe mit überbackenen Baguettescheiben © StockFood.com /Gregson, Jonathan [00401923]

Vollkornbrot mit Butter © StockFood.com /Mitsopoulos, Antonios [00364871]

Unter **„Granny Chic“** versteht man die gutbürgerliche, traditionelle Küche weltweit, die am liebsten mit Requisiten präsentiert wird, die an unsere Großmütter erinnern:
Emailletöpfe, Steingutteller, „normales“ Besteck, Spitzendeckchen, Holzbretter und altes Hotelsilber. Hinter- und Untergrund sind schlamm- und erdfarben gehalten oder werden durch die schon in den 80er Jahren beliebte breite Palette der Beerenfarben („Berry Colours“) unterstützt: – ein dunkler Farbrausch aus Lila, Violett, Fuchsia, Mauve, Burgunder.

Das Thema **„Landlust“** greift die neu entdeckte Liebe zum Landleben auf, zum kleinen Glück im eigenen Garten oder zumindest auf Balkonien. Ein neuer Reportagestil zeigt Menschen, die im Garten arbeiten, Beete anlegen und schon längst vergessene Obst- oder Gemüsesorten ernten. Kräftige Naturfarben, reines Tageslicht und viel Atmosphäre machen Lust auf gesundes Essen. Dazu werden rustikale Requisiten aus Holz, Eisen, Emaille und Blech verwendet, wobei Gartengeräte und Gummistiefel nicht fehlen dürfen.

„Passion Fruits“ ist ein Trend, der eine konsequente Fortsetzung der Themen „Malerei“ und „Farben“ bedeutet. Der neue Begriff stammt aus der Kunstszene und drückt die „Leidenschaft“ für das Thema aus. Zu sehen sind Food-Bilder, die in teils kräftigen, frischen Farben gehalten sind, aber gleichzeitig eine „Stimmung“ oder „eine Geschichte“ vermitteln, oft in Kombination mit Menschen. Die stimmungsvollen Bilder sind hell, modern und natürlich, die Requisiten treten in den Hintergrund. Dominant sind die Farben, die wie in der Malerei ein gestalterisches Element sind.

Mit dem neuesten Trend **„Mystic Light“** haben die Trendscouts der weltweit größten Food-Bildagentur StockFood einen neuen Fotografie-Stil in der Branche aufgespürt. Internationale Top-Fotografen verwenden für ihre Aufnahmen ein mystisch angehauchtes Setting, um Lebensmittel, Gerichte und Getränke wirkungsvoll mit samtigen, dunklen Farben, grafischen Strukturen und einer magisch-mystischen Anmutung in Szene zu setzen.

Landlust

Schubkarre mit Blumenzwiebeln und Gartenwerkzeug
© StockFood.com /Visions B.V. [00274669]

Frau hält frisch geerntete Möhren im Gemüsegarten
© StockFood.com /Sporrer, Brigitte [00267392]

Ciabatta con salame (Olivenbrot mit Salami & Kräutern)
© StockFood.com /food art factory [00274825]

Leute beim Mittsommerfest in Stockholm (Schweden)
© StockFood.com /Johner royalty-free [00978772]

Passion Fruits

Maiglöckchen im Glas und Hyazinthen in Vase
© StockFood.com /Schardt, Wolfgang [00375793]

Rhabarber-Klatschmohn-Drink in drei Gläsern
© StockFood.com /Schardt, Wolfgang [00325073]

Baiser mit Heidelbeeren, Sahne und Passionsfruchtsauce
© StockFood.com /Palmer, Georgina [00442288]

Asiatische Frau isst aus Schälchen
© StockFood.com /Westend61 [00363228]

Mystic Light

Müsligebäck mit Kürbiskernen
© StockFood.com /Hole, Aina C. [004563 36]

Saiblingstatar Tofu-Wasabi-Creme
© StockFood.com /Schardt, Wolfgang [110512 34]

Drei frischgewaschene Zwetschgen auf Schneidebrett
© StockFood.com /Ranek, Lars [110520 80]

„Mystic Light" hat seinen Ursprung im Norden Europas. Beeinflusst durch das nordische Licht verwendeten zuerst skandinavische Fotografen diesen Stil, bei dem dunklere, mitunter fast schwarze Hintergrundfarben dominieren. Die abgebildeten Speisen und Getränke erinnern an klassische Stillleben.

Bei der Entwicklung neuer Trends kommen ganz deutlich Einflüsse aus benachbarten Themengebieten zum Tragen, wie z. B. Mode, Architektur und Lifestyle: Neueste Trends finden ihren Niederschlag zuerst in den führenden Food-Fachzeitschriften, die weltweit gelesen werden und für den Fotografen, dessen Bilder darin gezeigt werden, großes Prestige bedeuten. Zu diesen wichtigsten Food-Magazinen zählen:

in England: **Food Illustrated, Olive, Delicious, Jamie**

in Australien: **Donna Hay Magazine, Delicious, Food & Travel**

in den USA: **Martha Stewart Living, Real Simple**

Die großen Verlagshäuser in diesen Ländern leisten es sich, experimentelle Food-Strecken von angesagten Food-Fotografen gestalten zu lassen. Auch aus führenden Design-Schulen kommen neueste Trends, wie etwa aus dem Central Saint Martins College of Art & Design (UK) oder der Parsons School of Design New York (USA). Insgesamt ist der englischsprachige Raum wegweisend in der Trendentwicklung. Früher war New York die führende Design-Trendschmiede, dann wurde es abgelöst von England, Australien, Italien und Skandinavien. Seit einigen Jahren holt New York im Bereich der Food-Fotografie wieder auf und stellt neben Australien und England die neue Garde der innovativen Food-Fotografen.

Über 900 Fotografen, darunter etwa 80 % der Top-Food-Fotografen weltweit, werden durch StockFood repräsentiert. Um neue Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, pflegt StockFoods Trendscouting-Abteilung enge Kontakte zu Profi-Fotografen weltweit und beobachtet zudem die internationale Medienlandschaft.

Bereits Mitte der 90er Jahre begann die Agentur damit, in ihrer Fotografenabteilung ein eigenes Trendscouting aufzubauen.

Heute ist es eine der zentralen Aufgaben der Fotografenabteilung, weltweit die neuesten Trends der Food- und Design-Szene fortlaufend auszuwerten, neue Trends bereits im Entstehen aufzugreifen, die entsprechenden Fotografen, soweit sie noch nicht bei StockFood sind, zu kontaktieren und „ins Boot" zu holen. Durch das eigene Trendscouting konnte StockFood seine Kompetenz als eine der führenden Food-Bildagenturen mit stets neuestem und modernstem Bildmaterial kontinuierlich ausbauen

Das Spezial-Archiv umfasst mittlerweile über 350.000 Food-Bilder – sowohl von den Stars der Szene als auch von zum Teil sehr speziellen brasilianischen oder schwedischen Food-Fotografen. *Dieter Franzen*

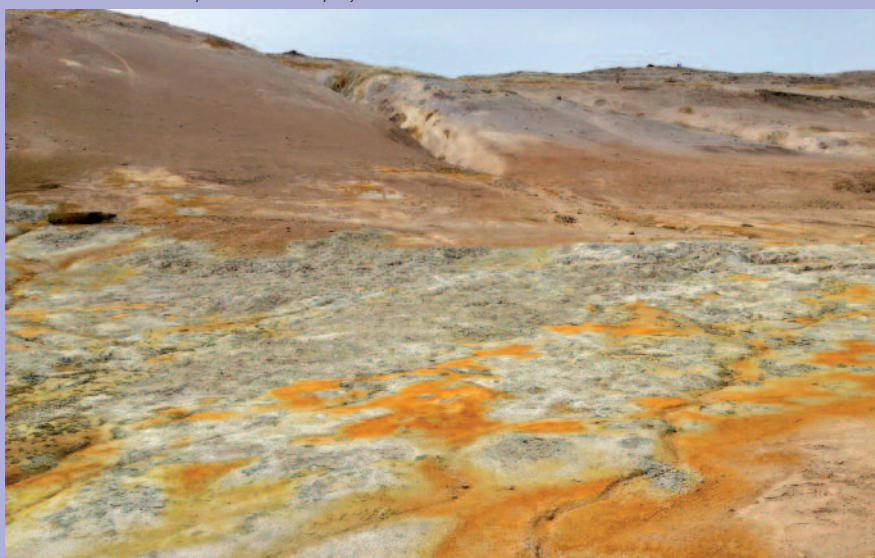
Strand mit Insel bei Húsavík

Am Fuß des Vulkans Snæfellsjökull

Landschaftsfotografie mit dem Smartphone

Die im Nordatlantik liegende große und dünn besiedelte Insel Island wird zunehmend vom Tourismus entdeckt. Das herbe und karge Eiland bietet mit seinen Landschaften mit viel Feuer, Wasser und Gestein eine ganz eigene Landschaft.

Die iPhone-Bilder von Heiko Fischer entstanden mit dem Smartphone im August in Island und zeigen die eigenwilligen Landschaften, die alle mit dem neuesten Gerät hergestellt wurden. Immer mehr Beachtung und Freunde finden diese neuen Technologien der kleinen „Alleskönner“. Der Verlag von VISUELL aktuell sucht weitere komplette Bildreportagen, die mit dem Smartphone erstellt wurden und die die Entwicklung dieser neuen Technik dokumentieren.



Solfatare – Schwefeldampffelder

Fotos: Fischer · egsf@gmx.de

Die Smartphonewelle rollt ...

Als wir vor einigen Monaten erstmals eine Bildreportage vorstellten, die komplett mit einem Smartphone erstellt wurde, erhielten wir viele Anfragen. Die Frage *„Kann man hiermit Geld verdienen?“* wurde mehrmals gestellt und inzwischen kommt eine recht interessante Meldung aus Finnland, wo eine Smartphoneagentur ein Motiv zu dem stolzen Preis von 19.000 Dollar verkauft hat.

Da immer mehr Handys und Smartphones weltweit verkauft werden, darf man davon ausgehen, dass ein Großteil dieser Bilder über den Stockphotomarkt zukünftig immer mehr angeboten wird. Millionen von Nutzern sind bereits dabei. Die Kameraarten mit der Möglichkeit zum Fotografieren und Filmen bereichern immer stärker die Foto- und Imagebranche und tragen mit dazu bei, dass die Zahl der Bildaufnahmen ins Unermessliche steigt. Auf der Photokina wurden auf einer Sonderfläche die vielfältigen Interaktionsmöglichkeiten der verschiedenen Aspekte des mobilen Imaging gezeigt. In Gesprächen anlässlich der Photokina war die Meinung zu hören, dass die neue Smartphonefotografie Ästhetik und Bildgestaltung generell verändern wird. Die Möglichkeit der Veränderungen und Nachbearbeitung von Bildern ist enorm, und die verschiedensten Apps stehen neben der Möglichkeit der Vernetzung und leichten Weiterleitung der Bilder zur Verfügung.

Smartphones sind heute echte Alleskönner und eine wirkliche Konkurrenz für Kompaktkameras. Das Letztere wird sich erst im Lauf der Jahre zeigen, wenn Androidsmartphone und iPhone noch mehr eingeführt sind. Rund 15 Millionen Geräte wurden 2011 nach den Angaben der GFK Marktforschung im letzten Jahr in Deutschland verkauft. Dies sind doppelt so viele als im Vorjahr. Die kleinen Alleskönner empfangen und verschicken Mails, suchen im Internet den schnellsten Weg durch fremde Städte und können dabei gleich noch die Sehenswürdigkeiten fotografieren. Die Mehrheit der Smartphones hat inzwischen Kameras mit mindestens 5 Megapixel. Wichtig ist die Größe des Bildsensors. Dieser fällt bei Smartphones oft sehr klein aus. Und so müssen sich bei sehr hoher Auflösung viele Bildpunkte den geringen Platz teilen, was zu Bildrauschen führen kann. Smartphones verfügen aus Platzgründen meist nur über einen digitalen Zoom. Je mehr man beim digitalen Zoom ein Bild vergrößert, desto stärker gehen Kontraste verloren und nimmt das Bildrauschen zu. Viele Geräte verfügen bereits heute über einen Autofokus, welcher allerdings meist einfach alle Objektive im Sucher scharf stellt. Die meisten neuen Geräte verfügen über sogenannte Motivprogramme, wie diese bei Digitalkameras bereits bekannt sind. Auch Selbstauslösfunktionen sind eingebaut. Noch ist allerdings das Menü bei den Smartphones nicht so umfangreich wie bei den bereits eingeführten Digitalkameras. Wer seine Fotos jedoch für das Internet und diverse soziale Netzwerke anfertigt, ist mit dem Smartphone meist besser bedient. Die Bilder können kabellos auf den Rechner übertragen werden.

oben: Digitalkamera

Wer hat die Nase vorn? Das Ergebnis ist entscheidend.

unten: iPhone 4S

Kleiner Kratersee am Rande des Kraters Stóra-Víti, Island *Fotos: Fischer · egsf@gmx.de*

Nicht unerwähnt sei noch, dass viele Smartphones sehr geeignet sind, um Videos zu drehen, auch in High-Definition-Auflösung (Voll HD). Ob das Produkt später qualitativ ausreichend ist, hängt ausschließlich von der Größe des Bildsensors sowie anderen Faktoren ab.

Eine der Schwachstellen der derzeitigen Smartphones ist noch die Energieversorgung. Eine Batterieladung reicht oft nur für wenige Stunden, was nicht zuletzt mit der Vielfältigkeit dieses Gerätes zusammenhängt.

Ohne Frage gibt es noch viele Schwachpunkte bei dieser sich ständig weiter entwickelnden Technologie. Aber es ist mit Sicherheit davon auszugehen, dass in nicht allzu ferner Zukunft Smartphones, die in verschiedensten Preisklassen vertrieben werden, langfristig weitere technische Verbesserungen vorweisen werden. Die Smartphonefotografie hat gerade begonnen, sich positiv zu entwickeln und steht mit Sicherheit am Anfang einer recht interessanten Karriere.

H. W. Dietrich

„Camera Futura“ – Ein Zukunftskonzept

Eine Vision davon, wie in Zukunft fotografiert werden könnte, hat das Designerteam Artefact aus Seattle in den USA in einer Designstudie entworfen. Die Gruppe um den deutschen Produktdesigner Markus Wierzoch und das Gründungsmitglied der Artefact-Designgroup, Olen Ronning, haben sich die Frage gestellt, wohin sich die digitale Fotografie entwickeln wird. Die „Camera Futura“ gibt darauf eine Antwort. Sie ist die Idee einer neuartigen Modulkamera, die an eine Kombination aus Smartphone und Objektiv erinnert. Der Clou: Kamera und wechselnde Objektive können losgelöst voneinander verwendet werden, bei Bedarf lassen sie sich aber auch magnetisch aneinander andocken.

Der Blickwinkel lässt sich unabhängig von der Kontrolleinheit wählen und die Aufnahme kann quasi ferngesteuert werden. Dadurch werden ganz neue Einsatzszenarien und Gestaltungsmöglichkeiten denkbar, wie die Kontrolle mehrerer Objektive über einen Body. Bilder können bequem aus ausgefallenen Blickwinkeln geschossen werden, zum Beispiel als 360°-Party-Kamera unter der Decke.

Die „Camera Futura“ überwindet die starre Kombination aus Sucher und Objektiv durch den Einsatz von kabelloser Übertragungstechnik. „Wireless

Fotos: Doug Evans

Viewfinder Interchangeable Lens system“, kurz WVIL, nennt Artefact die neue Technik – was so viel bedeutet wie eine Kamera mit kabellosem, elektronischem Sucher und Wechselobjektiven.
Die Kontrolleinheit wird mit einem Touchscreen gesteuert. Alle physischen Einstellmöglichkeiten, wie die Zoom- und Fokus-Ringe können durch Berührung auf dem Bildschirm angetrieben werden, sie werden in der Benutzeroberfläche auf dem Display visualisiert. Neunzig Prozent der Einstellungen sollen sich mit dem Daumen einer Hand vornehmen lassen.
Doch das Artefact-Team will dem Nutzer noch weitaus mehr Freiheit ermöglichen. In ihrer Studie befassen sie sich deshalb besonders mit den Bereichen Konnektivität und Bildbearbeitung, die beide bis heute, nach ihrer Einschätzung, in die Digitalkameras kaum Einzug erhalten haben. Smartphones mit eingebauten Kameras hätten bislang diese Lücke geschlossen. Die „Camera Futura“ wende sich nicht an Schnappschuss-Fotografen sondern an Hobbyfotografen, die an professioneller Qualität interessiert seien. Zukünftig sollen die Bilder von der Kamera direkt in sozialen Netzwerken veröffentlicht werden können. Die Kamera soll WLAN-, UMTS- und GPS-Funktionen mitbringen. Auch die direkte Bildbearbeitung, ähnlich wie bei einem Smartphone, soll so einfach wie möglich sein.
Der Nutzer soll das Betriebssystem der Kamera an eigene Erfahrungen und Einsatzwünsche anpassen können. Die Erweiterung der Software auf der Kamera soll wie das Installieren einer „App“ funktionieren und neue Werkzeuge, Filter und Aktionen ermöglichen.
Die Designer von Artefact wollen den Fotografen dazu ermutigen, sich laufend weiterzuentwickeln. Dabei soll die Kamera ihn unterstützen: Anstatt sich durch Anleitungen aus Papier zu quälen, wird ein Handbuch mit praktischen Tipps zur aktuellen Aufnahme bereits in die Kamera integriert sein.
Die Designer sehen eine Chance, ihr Konzept in wenigen Jahren realisieren zu können und träumen von großen Auflösungen.
Das Artefact-Team präsentiert die Kamera-Studie und viele visionäre Ideen auf der Webseite unter www.artefactgroup.com. Am besten dort die Suchfunktion und das Schlagwort „Camera Futura“ benutzen. Das Video unter www.vimeo.com/artefactgroup/wvil veranschaulicht die Einsatzmöglichkeiten. *Kathrin Bartel*

Die Schöne und das Biest

Das Aufeinandertreffen von Wassertropfen bringt ungewöhnliche Formen hervor und es entstehen oft Kunstwerke. Mit Hilfe der High-Speed-Fotografie werden die Wassertropfen eingefroren und zu hoch interessanten Bildern entwickelt.

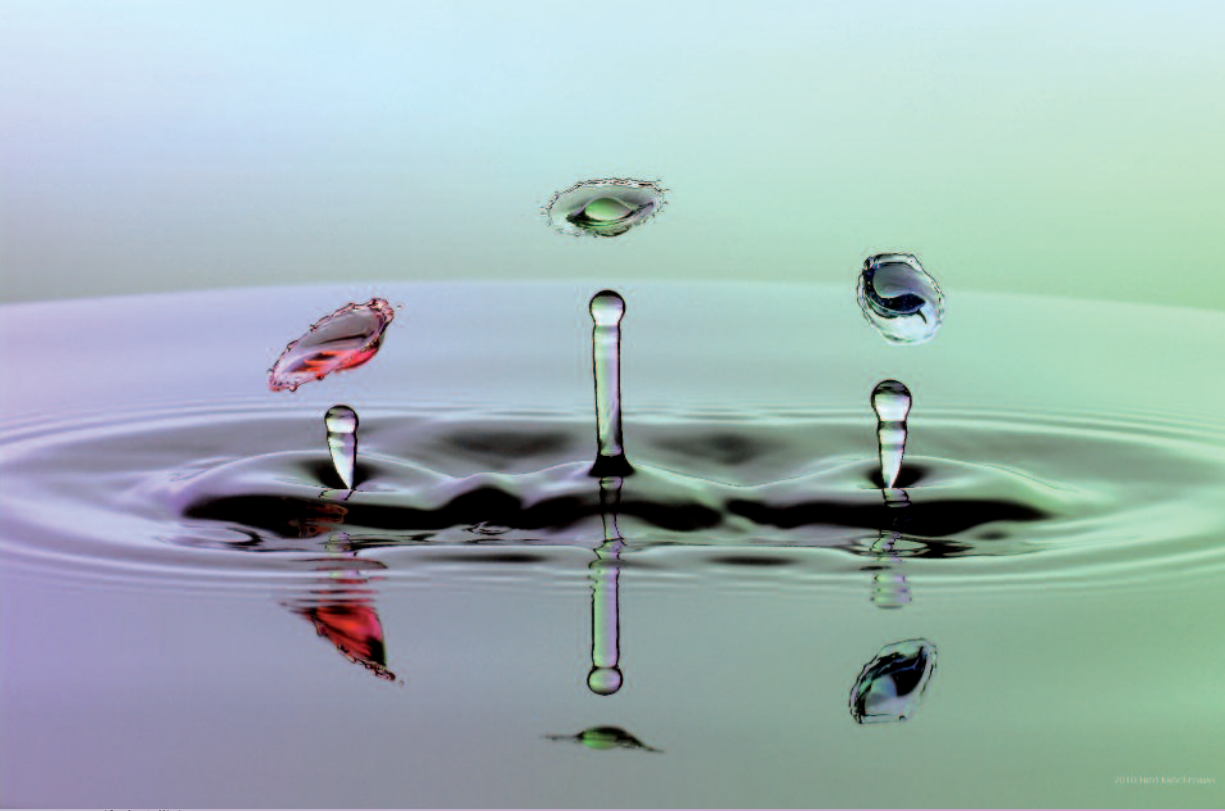
Der heute 66-jährige Fred Knöchelmann hat eine eigene Technik entwickelt, die im Endergebnis als moderne Kunst bezeichnet werden darf. Unter seiner Regie entstehen nicht alltägliche Bilder, welche er mit selbst gebauten Hilfsmitteln der Fotografie zu Meisterwerken formt.

Bis es so weit war, hatte der Fotograf fünf Monate experimentiert und Aufnahmen angefertigt.

Seine Materie besteht aus einfachem Leitungswasser, vielen Experimenten und Begeisterung für sein Hobby. In Millisekunden fängt er mithilfe einer Lichtschranke die fallenden Tropfen ein und ist selbst überrascht, welche ästhetischen Formen er erhält.

Seinen Bildern gibt er aus seiner Sicht passende Namen, die seiner Phantasie entspringen oder anderen Bildbetrachtern spontan entschlüpfen. Der einstige Diplom-Ingenieur war beruflich in der Entwicklungsabteilung einer großen Autofirma tätig. Sein großes Hobby als Fotograf begann mit der Landschaftsfotografie, im Umfeld der Panoramafotografie und Makrofotografie.

Im Bereich Werbung werden Wassertropfen immer wieder gesucht. Er ist auf diesem Spezialgebiet der Tropfenfotografie tätig, wo er mit Licht und Schatten sowie mit Farben experimentiert und hoch interessante Bilder gestaltet. *fred@knoechelmann.net*



Dreifach-Kollision

60 Jahre Bundesarchiv

BArch Bild 183-G0521-1003-002 /Joachim Spremberg

Sammlung dokumentarischer Schätze deutscher Geschichte

In diesem Jahr feiert das Bundesarchiv sein 60-jähriges Bestehen. Gemäß dem Leitbild „Wissen bereitstellen, Quellen erschließen, Geschichtsverständnis fördern“ übernimmt und bewahrt das Archiv Dokumente unterschiedlichster Gattungen, die die politische, wirtschaftlich-soziale und kulturelle Dimension deutscher Geschichte in den letzten Jahrhunderten bekunden und macht sie der Öffentlichkeit zugänglich.

BArch Bild 101l-132-0632-27 /Fotograf: Huschke

Das Bundesarchiv beherbergt dokumentarische Schätze, die verschiedenen Zeitabschnitten deutscher Geschichte zugeordnet sind, ausgehend vom Heiligen Römischen Reich deutscher Nationen (962 – 1806). Dem schließen sich die zeitlichen Kategorien Deutscher Bund (1815 – 1866) und Provisorische Zentralgewalt (1848/49), Deutsches Reich, aufgefächert in die Unterkategorien Kaiserreich (1871 – 1918) und Norddeutscher Bund (1867 – 1871), Weimarer Republik (1919 – 1933) sowie Nationalsozialismus (1933 – 1945), Alliierte Besatzungszonen (1945 – 1949), Deutsche Demokratische Republik (1949 – 1990) und letztlich Bundesrepublik Deutschland (seit 1949) an. Dabei sichert das Archiv nicht nur Schriftgut, das über die Jahrhunderte bei zentralen Stellen entstanden ist – wie amtliche Druckschriften, Bilder, Plakate, Filme oder Karten – sondern ebenso Nachlässe bedeutender Persönlichkeiten, publizistische Quellen, u.ä., sofern diese eine sinnvolle Ergänzung des staatlichen Dokumentenerbes darstellen und einem besseren Geschichtsverständnis dienen.

Dank umfangreicher Internetseite mit Online-Beständeübersicht, digitalisierten Findbüchern und Online-Bilddatenbank sind viele Dokumente mitt-

BArch Bild 102-07973 /Georg Pahl

lerweile recherchierbar und machen einen Besuch an einem der acht Archivstandorte oft unnötig. Über ein Anklicken der auf der Startseite des Bundesarchivs nach Zeitbezug und Sachbezug gegliederten Kategorien lässt sich Näheres zu den jeweiligen Beständen, deren Standorten sowie Benutzungshinweise und Recherchemöglichkeiten erfahren.

BArch Bild 102-14439 / Georg Pahl

Die Errichtung des Bundesarchivs 1952 schloss auch die Planung eines gesonderten Bereichs für visuelles Archivgut ein. Mittlerweile umfasst der Fundus des Bildarchivs ca. 11 Millionen Fotografien, Luftbilder und Plakate zu verschiedenen Kapiteln deutscher Geschichte, von denen ein Großteil am Hauptsitz des Bundesarchivs in Koblenz untergebracht ist.

Die Gliederung des Bildbestandes ist an die zeitlichen Kategorien des Bundesarchivs angelehnt, die unter der Rubrik „Bilder und Plakate“ in thematische Unterkategorien aufgefächert werden. Zentrale Themenschwerpunkte des Bestandes bilden demnach während des Deutschen Kaiserreichs (1870/71 – 1918) das Militärwesen, die deutschen Kolonien sowie der Erste Weltkrieg; während der Weimarer Republik (1919 – 1933) das öffentliche und gesellschaftliche Leben in Berlin, Parteien und Gewerkschaften, Militärwesen, wirtschaftliche und soziale Verhältnisse sowie das Deutschtum im Ausland; während des Dritten Reichs (1933 – 1945) die NSDAP mit Gliederungen und angeschlossenen Verbänden, Wirtschaft und Rüstung, die Olympiade 1936, das Deutschtum im Ausland sowie der Zweite Weltkrieg. Hinsichtlich der DDR (1949 – 1990) finden sich die Themenschwerpunkte Politik, Gesellschaft, Parteien und Verbände, Militärwesen, Wirtschaft und Arbeitsleben, Kultur und Sport sowie bezüglich der Bundesrepublik Deutschland (seit 1949) die allgemein gefasste Kategorie politische

BArch Bild 105-DOA3124 / Walther Dobbertin

Direkten Kontakt mit dem Bildarchiv können Sie aufnehmen unter:
Bundesarchiv Referat B6
Postfach, D-56064 Koblenz
Tel. +49 (0)261/505-382, Fax -430
E-Mail: bild@bundesarchiv.de

BArch Plak 001-008-029 / Paul Plontke

Geschichte. Ferner bietet der Bildbestand eine umfangreiche biografische Sammlung zu zentralen Persönlichkeiten aus Politik, Verwaltung und öffentlichem Leben; eine geografische Sammlung, die sich schwerpunktmäßig auf Bilder zu „Berlin 1920 bis 1990“ und „Städte der DDR“ konzentriert sowie eine Sammlung an Luftbildern, die während Gesamt- und Teilüberfliegungen zu Zeiten des Deutschen Reichs, der Bundesrepublik Deutschland und der DDR entstanden sind. Im Bildarchiv sind außerdem Plakate zu Parteien und Verbänden, Wahlen, staatlicher Propaganda, behördlicher Öffentlichkeitsarbeit sowie zu Filmen auffindbar.

Für eine ausführliche Recherche eignet sich das 2007 freigeschaltete Digitale Bildarchiv, das derzeit gut 193.400 Bilder des Bundesarchivs sowie weitere gut 83.500 Fotos des Bundespresseamts in einer übersichtlichen Online-Datenbank verfügbar macht. Recherchiert werden kann entweder direkt über das auf der Startseite befindliche Suchfeld oder über eine detaillierte Recherchemaske. Möchte der Rechercheur sich hingegen einen allgemeinen Überblick über die im Onlinearchiv auffindbaren Schätze verschaffen, lohnt sich ein Klick auf das Feld „Themensuche“. Das dahinter verborgene Verzeichnis strukturiert den Bildbestand in fünf übersichtliche Klassifikationsgruppen.

Sollten die gewünschten Bilder nicht in der Online-Datenbank hinterlegt sein, besteht die Möglichkeit, sich direkt an das Bundesarchiv zu wenden. Anfragen werden von den Mitarbeitern des Archivs, gegebenenfalls gegen Gebühr, bearbeitet. Die detaillierte Bundesarchiv-Kostenverordnung kann auf der Startseite des Digitalen Bildarchivs als PDF-Datei heruntergeladen werden.

Schwerpunkte des Bildarchivs bilden beispielsweise der Bestand „Bild 102 Aktuelle-Bilder-Centrale, Georg Pahl“ für die Zeit der Weimarer Republik und der Bestand „Bild 101“ mit Aufnahmen der Propagandakompanien der Wehrmacht für die Zeit des Nationalsozialismus. Ferner bietet der Bildbestand des „Allgemeinen Deutschen Nachrichtendienstes – Zentralbild“ (ADN, „Bild 183“) eine umfangreiche Sammlung offizieller Aufnahmen aus der DDR. Fotos mit alltäglichen Szenen aus jener Zeit finden sich beispielsweise im Bestand „Bild 226 Nachlass Hans Martin Sewcz“. Über den Bestand „B 145 Presse- und Informationsamt der Bundesregierung“ sind Bilder zur Bundesrepublik Deutschland abrufbar. Die Digitalisierung und Aufnahme weiterer Bilddokumente in die Onlinedatenbank schreitet laut Dr. Oliver Sander, Leiter des Referats B6 (= „Bildarchiv“), kontinuierlich voran.

Ausführliche Informationen zum Bundesarchiv finden Sie im Internet unter: www.bundesarchiv.de bzw. zum Bildarchiv unter www.bundesarchiv.de/bildarchiv.

Das Digitale Bildarchiv des Bundesarchivs steht Ihnen unter www.bild.bundesarchiv.de zur Verfügung.

Christine Schmelzle

Filmen mit dem Fotoapparat

Es ist noch gar nicht so lange her, da benötigte man für einen kleinen Dokumentar- oder Werbefilm, der professionell hergestellt wurde, eine umfangreiche und teure Ausrüstung. Für viele Fotografen hat sich das Arbeitsumfeld erweitert, seit man mit DSLR-Kameras technisch akzeptable Videos herstellen kann. Industriefilme, Dokumentationen von privaten Hochzeiten bis zur Dokumentation von historischen Ereignissen, Lehrfilme und gefilmte Gebrauchsanweisungen erweitern heute das Arbeitsgebiet des flexiblen Fotografen. Machte man einst einen Unterschied zwischen Fotograf und Kameramann (oder Kamerafrau), so geht heute diese Abgrenzung immer mehr verloren. Ohne Frage muss der Fotograf einiges dazulernen, wenn er mit Videos erfolgreich arbeiten will. Aber diese großen und kleinen Filme werden zunehmend nachgefragt und immer öfter hergestellt mit allen neuen dazukommenden technischen Raffinessen. Von der Titelgestaltung bis zu Bildschnitt, Regie, Musik und Sprache gehört noch einiges mehr zum Grundkonzept der Kameraführung selbst. Der Beruf des Fotografen wurde noch vielfältiger, ganz abgesehen von der Bildoptimierung am Computer mit den zusätzlich gebotenen Erweiterungen.

Die Fotografie wurde in den letzten Jahren von vielen Millionen Menschen *neu* entdeckt. Täglich entsteht eine unüberschaubare Menge an Fotos, und die Inflation von Bildern nimmt kein Ende. Ein gewisser Teil geht als Trend jetzt zum Filmen – zum Video – und so werden bald auch hier die Karten für Amateure und Profis neu gemischt. Was zählt ist, genau wie bei der Fotografie, das Ergebnis, und so mancher guter Amateur spielt hier in der ersten Liga ohne klassische Lehrzeit bereits mit. Fachschulen und Volontariate lösen immer mehr die Fotografenausbildung der Vergangenheit ab. Beim Fotografieren und Filmen zählen von jeher der sachliche gute Blick und ein Gefühl für die Materie Fotografie. Gute Ideen und deren exakte Ausführung sind gefordert, und es ist nicht zu erwarten, dass jeder Fotograf eine überdurchschnittliche künstlerische Ader hat und Ideen als angehender Fotokünstler mitbringt. Mit ein paar guten Aufnahmen, die durch Zufall entstanden sind, ist es nicht getan. Drum prüfe, wer sich für diesen vielseitigen kreativen Beruf entscheidet, ob er wirklich dafür geeignet ist und die entsprechenden Voraussetzungen mitbringt.

Durch die Möglichkeit der Erweiterung des Aufgabengebietes bis hin zu Filmaufnahmen wurde der Beruf des Fotografen oder Kameramanns noch attraktiver. Auch im Hinblick darauf, dass es sehr viele Fotografen gibt, mit denen man sich messen muss, sollte dies keinen davon abhalten, diesen Beruf zu wählen, wenn man überzeugt ist, die nötigen Voraussetzungen mitzubringen.

Positive Entwicklung des Online-Werbemarkts

„Der Online-Werbemarkt hat sich im ersten Halbjahr 2012 stark entwickelt. Erwartet wird, dass der Markt auch in der zweiten Jahreshälfte auf hohem Niveau weiter wachsen wird.

Das gesamte Online-Bruttowerbevolumen wird damit in diesem Jahr erstmals die 6-Milliarden-Euro-Grenze überschreiten. Dieser neue Höchststand bestätigt die hohe Relevanz von Online-Werbung in einer ganzheitlichen Kommunikationsstrategie“, sagt Paul Mudter (IP Deutschland), Vorsitzender des OVK im BVDW.

Kameras mit Internet-Anschluss im Trend

Nicht nur Fernseher werden internetfähig, auch moderne Fotokameras haben immer häufiger einen eingebauten Internetanschluss. Es kommen zunehmend Modelle mit integriertem Funk-Chip für drahtlose Netzwerke auf den Markt. Einige Geräte verbinden sich sogar direkt mit dem Mobilfunknetz. So können Fotos umgehend weitergeleitet werden, entweder an Smartphones und Tablet-Computer oder direkt ins Web. Außerdem können so Fotos un-

kompliziert extern gesichert und gegen Verlust geschützt werden. Das Internet als Foto-Safe wird dabei zunehmend wichtiger: Schon mehr als 7 Millionen Deutsche laden ihre Bilder ins Netz. Das ergab eine Umfrage von Goldmedia im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM. „Kameras mit eingebautem WLAN drehen das Prinzip von Fotohandys um: Sie schießen Top-Fotos und bieten zusätzlich Basisfunktionen zur Kommunikation."

Mit einigen der neuen Kamera-Modelle können Fotos auch verschickt werden.

Ist die Kamera per drahtlosem Netzwerk mit dem Internet verbunden, können die Fotos direkt zu Online-Diensten hochgeladen werden. Andere Modelle gehen noch einen Schritt weiter. Auf ihnen läuft das Smartphone- und Tablet-Betriebssystem Android. Dadurch können Android-Apps installiert werden, die für Bearbeitung, Speicherung und Weiterversand eingesetzt werden können.

Andere Kamera-Modelle nutzen ihren eingebauten Zugang zu drahtlosen Netzwerken, um Fotos an Mobilgeräte weiterzugeben. Passend dazu bieten die Hersteller Apps für Smartphones und Tablet-Computer an. Über die drahtlose Verbindung können die Fotos direkt auf das Mobilgerät geschickt werden. Dort können sie per App bearbeitet und über das Internet verschickt werden. Der Vorteil dieser Lösung: Einige der Apps von Kamera-Herstellern dienen auch als Fernauslöser und zeigen das Sucherbild an. Wer unterwegs ist und keinen WLAN-Hotspot suchen möchte, kann auch auf Kameras mit eingebautem Mobilmodem zurückgreifen. Einige neuere Geräte bieten diese Möglichkeit. Auf solchen Kamera-Modellen läuft in der Regel ein Smartphone-Betriebssystem. So lassen sich Foto-Apps einfach nachinstallieren. Um über das Mobilfunknetz Fotos zu verschicken, wird eine SIM-Karte mit entsprechendem Datentarif benötigt.

Kameras ohne Funkschnittstelle können Nachgerüstet werden. So gibt es SD-Karten zum Speichern von Fotos, die auch ein WLAN-Modul eingebaut haben. Mit den dazugehörigen Apps können die Bilder direkt an entsprechende Mobilgeräte übertragen werden – ganz ohne Kabel. Anschließend können sie auf dem Smartphone oder Tablet-Computer gespeichert, bearbeitet oder weitergeschickt werden. Beim Kauf von SD-Karten mit WLAN-Modul muss allerdings darauf geachtet werden, dass die eigene Kamera hierzu kompatibel ist. Auch einige Anbieter von digitalen Spiegelreflexkameras bieten Erweiterungen mit WLAN-Schnittstelle für ihre Modelle an. Häufig lassen sich darüber jedoch nur Kameraeinstellungen vornehmen, das Vorschaubild betrachten und Fotos schießen.

Zukunft für Fotografenarchive

Die Fotografie ist eine der wesentlichen medialen Errungenschaften unserer Gesellschaft. Als Medium der Kommunikation, der Dokumentation und des künstlerischen Ausdrucks – und damit als essentieller Bestandteil unseres kulturellen Gedächtnisses – ist sie von größter Bedeutung.

– Anzeige –

Die Fotografie ist aber auch ein von Verlust bedrohtes Kulturgut: Das klassische Archiv, in dem Negative, Diapositive und fotografische Abzüge auf Abruf bereitstehen, verliert vielerorts seine Funktion. Festplatten und Datenbanken treten an seine Stelle, das Pixel ersetzt das Korn.

Angesichts dieses weitreichenden Wandels von der analogen zur digitalen Fotografie gehört die Erhaltung der über 150-jährigen Geschichte des Mediums zu den wichtigsten Aufgaben der Fotogeschichte.

Dieser 2006 von Prof. F.C. Gundlach formulierten Herausforderung haben sich die Deutsche Fotothek in der SLUB Dresden und die Stiftung F.C. Gundlach gemeinsam mit weiteren Partnern gestellt. Mit dem „Archiv der Fotografen" in der Deutschen Fotothek haben sie eine Institution geschaffen, welche – als strategischer Partner fotografischer Institutionen und Verbünde wie dem Netzwerk Fotoarchive e.V. – die Erhaltung, fachgerechte Archivierung und Präsentation fotografischer Werke und Nachlässe koordiniert. Ausrichtung, Qualitätssicherung und Transparenz werden von einem Fachgremium gewährleistet.

Beraten und Vermitteln, Sammeln und Erhalten, Aufarbeiten und Präsentieren werden somit als Einheit verstanden.

Gegründet 1924 bietet die Deutsche Fotothek als kulturgeschichtliches Universalarchiv ein vielfältiges Themenspektrum mit Sammelschwerpunkten in den Bereichen Fotografiegeschichte, Kunst, Architektur und Technikgeschichte. Die Deutsche Fotothek ist als Einrichtung der SLUB Dresden an eines der drei deutschen Digitalisierungszentren angebunden und verfügt über eine exzellente IT-Infrastruktur.

Am 1. September 2012 hat das „Archiv der Fotografen" in der Deutschen Fotothek seine Tätigkeit aufgenommen und übernimmt Verantwortung für die Erhaltung und Präsentation fotografischer Werke und Nachlässe als Teil unseres visuellen Erbes.

Die Deutsche Fotothek ist Ansprechpartner für Fotografen und ihre Nachfahren, für Institutionen und Museen, für Wissenschaft und Bilder-Suchende.

Sie bewahrt und aktiviert Fotografenarchive oder vermittelt diese in Kooperation mit weiteren fotografischen Institutionen an geeignete Standorte.

Das virtuelle „Archiv der Fotografen" macht die Lebenswerke bedeutender deutscher oder in Deutschland arbeitender Fotografen anschaulich sichtbar und trägt zur Vermittlung der Vielfalt und Bedeutung deutscher Fotografie bei.

Unter www.deutschefotothek.de sind jetzt die Werke der ersten 18 Fotografen in repräsentativer Auswahl zu sehen, darunter beispielsweise Heinz Hajek-Halke, Herbert List und Leonore Mau.

Angkor Photo Festival

Vom 1. bis 8. Dezember findet in diesem Jahr zum 8. Mal das Angkor Photo Festival statt. Das Festival war das Erste dieser Art in Südostasien.

Jetzt steht das Programm für dieses Event im Internet zum Download unter folgendem Link zur Verfügung:

http://img.mp28.ch/url-127594580-777531-16082012.html

Brite gewinnt „Deutsche Börse Photography Prize"

Der britische Fotokünstler John Stezaker gewinnt den renommierten und mit 30.000 GBP dotierten „Deutsche Börse Photography Prize 2012". Nominiert wurde er im März des Jahres für seine Ausstellung in der White Chapel Gallery in London.

Mit seinen Collagen, die er zusammenstellt aus Fotografien aus Büchern, Magazinen und alten Postkarten, erforscht Stezaker die vielschichtige Bedeutung von Bildern und zeigt deren subversive Kraft.

Die 1996 von der Photographers' Gallery in London ins Leben gerufene Fotoauszeichnung, deren Hauptsponsor seit 2005 die Deutsche Börse ist, will vor allem junge Talente fördern und die zeitgenössische internationale Fotografie in den Fokus stellen.

Die weiteren Finalisten sind Pieter Hugo aus Südafrika, Rinko Kawauchi aus Japan und Christopher Wil-

liams aus den USA. Sie erhalten je 3.000 Britische Pfund.
Nach der Präsentation der Arbeiten der vier Finalisten in der Photographers' Gallery in London sind die Bilder bis 25. Oktober im Hauptsitz der Deutschen Börse in Frankfurt/Main zu sehen. Danach geht die Ausstellung zu C/O Berlin (3. November 2012 bis 13. Januar 2013).
http://thephotographersgallery.org.uk//index.php?pid=594

Al-Thani Award for Photography 2012

Scheich Saoud Al-Thani aus Qatar, der größte Kunstsammler der Welt, ist Initiator und Namensgeber des Fotowettbewerbs ‚Al-Thani Award for Photography'. Der Wettbewerb wird auch 2012 im Auftrag der ‚Qatar Photographic Society' organisiert.
Bewerben können sich Amateur- und Profifotografen sowie Fotokünstler weltweit. Der nach den empfohlenen Richtlinien der PSA, FIAP und des VÖAV durchgeführte Wettbewerb wird in zwei Kategorien ausgeschrieben. Neben einem themenfreien, allgemeinen Motivbereich gibt es in diesem Jahr das Sonderthema „The Magic of Light" – „Die Magie des Lichts".
Die besten Teilnehmer erwarten 80.000 Dollar Preisgeld in bar. Alle Hauptpreisträger werden zur Ausstellung und Preisverleihung nach Doha eingeladen. Außerdem erhalten alle Mitwirkenden ein luxuriöses Fotobuch, das die besten Arbeiten aus dem Wettbewerb zeigt.
Einsendeschluss ist der 29. Oktober 2012.
www.al-thaniaward.com

Gute Plakate

Erstmals entscheidet beim Plakatwettbewerb www.guteplakate.de auch eine Jury, wer Preisträger des Jahres 2012 werden wird. Bis zum 31. Oktober können Kulturplakate beim deutschlandweiten Wettbewerb „guteplakate.de" online eingereicht werden. Im November startet dann die Abstimmung.
Um die Preise können sich Museen, Schauspiel- und Konzerthäuser, Kulturinstitute, Literaturhäuser, Musikveranstalter und Festivals bewerben. Ab dem 1. November sind alle Interessierten aufgerufen, ihre Stimme abzugeben.
Es gibt neben dem Publikumspreis 2012 erstmals eine Jury, die einen weiteren Preisträger küren wird. Den Gewinnern des Plakatwettbewerbs winken Kultur-Plakatierungen und andere Medialeistungen im Wert von insgesamt 15.000 Euro.
Die Teilnahme ist kostenfrei. Die Entscheidung und Präsentation der Gewinner des Wettbewerbs 2012 erfolgt am 3. Dezember 2012.

„Titanic" mit neuen Aufreger

Nachdem sich die Wogen nach dem umstrittenen Papst-Titelbild einigermaßen geglättet haben, geht das Satiremagazin „Titanic" in der Oktober-Ausgabe mit einem Islam-Cover an den Kiosk. Dem Blatt gelingt sogar der Spagat, dort auch noch Bettina Wulff unterzubringen. Das Cover zeigt die Gattin des Ex-Bundespräsidenten im Arm eines Dolch schwingenden Arabers mit der Zeile „Der Westen in Aufruhr: Bettina Wulff dreht Mohammed-Film".

Satiremagazin „Pardon" wieder am Start

Nach 5 Jahren Pause soll am 6. Dezember das traditionsreiche Satiremagazin „Pardon" wieder am Kiosk liegen. Der ehemalige „Focus"-, „Cicero"- und „Welt"-Chefredakteur Wolfram Weimer hat sich die Namensrechte gesichert und betreibt das „Pardon"-Comeback.
Die Druckauflage der neuen „Pardon" beträgt 80.000 Exemplare, das Heft soll 5 Euro kosten und drei Monate am Kiosk liegen.

Neuseeland – Das Paradies im Pazifik

Auf der diesjährigen Frankfurter Buchmesse wird Neuseeland im Mittelpunkt stehen.
Anlässlich dieses Ereignisses erschien ein neuer National Geographic Bildband über das Paradies in dieser Region. Fotograf ist Karl Johaentges, seine Frau fungiert als Autorin. In diesem Buch zeigt Johaentges die Eigenart des Landes, seine Sehenswürdigkeiten und anhand von Luftaufnahmen die Vielfalt der Landschaft. Vielfach sind es ganzseitige oder doppelseitige Abbildungen.
Der Fotograf, der aus der Eifel stammt und sich selbst zum Bildautor machte, hat hier eine Dokumentation für ein Land geschaffen, dass er offensichtlich liebt und wo er auch viel Zeit verbringt. Der große Bildband, Hardcover, umfasst 240 Seiten, kostet im Buchhandel 45,00 Euro, und ist unter **ISBN-Nr. 978-3-86690-302-9** zu beziehen.
Der Fotograf wird mit seinen Bildern von der Bildagentur LOOK in München vertreten.

Dolomites

ist der Titel eines Buches des Österreichers Peter Mathis. Er hat erfreulicherweise ein Buch in Schwarz-Weiß herausgebracht, und dies passt hervorragend zu dem Gesamtthema der gezeigten Bilder. Der bekannte Fotograf und Verleger zeigt die Vielfalt dieser Bergwelt. Das Buch im Format 30 x 40 cm umfasst über 100 Seiten, hat einen festen Einband und wurde in Triplex-Druck hergestellt. Das in Deutsch und Englisch veröffentlichte zweisprachige Buch wurde nicht zum Abbilden oder Reproduzieren von Motiven konzipiert, sondern zur Schaffung eines Deutungsspielraums, in dem der Betrachter das Dargestellte immer wieder auf neue Weise sehen und erleben kann. Das dualistische Prinzip der Hell-Dunkel-Gestaltung bildet hier einen wesentlichen Schwerpunkt. Der Fotograf arbeitet mit dem Licht, den dadurch bedingten Schattenzonen und deren Abstufung wie ein Maler mit den Farben seiner Palette, meint die Kunsthistorikerin Christine Schmieger, die das Vorwort zu diesem Buch schrieb. Ein Folgeband zu einer weiteren Bergregion befindet sich nach Aussage des Herausgebers in Vorbereitung. Das Buch ist im Buchhandel unter der **ISBN-Nr. 9783-3-9503376-0-0** zum Preis von 69,90 Euro zu beziehen.

Das GEHEIMNIS herausragender Bilder

Der zweite Band der Serie „Die MAGIE der Fotografie oder das GEHEIMNIS herausragender Bilder“ trägt den Titel „BILDBEWERTUNG mit dem Doppelten Dreieck“. Erschienen ist der Band von Martin Zurmühle im Luzerner Vier-Augen-Verlag.

Wer jemals bei der Bewertung von Bildern bei Fotowettbewerben mitgewirkt hat weiß, wie oberflächlich häufig Bilder eingestuft und bewertet werden.

Martin Zurmühle hat sein eigenes System entwickelt. Sein Ziel ist es, eine sachliche Bildbewertung und neutrale Bildbeurteilung zu erreichen. Auf 208 Seiten erläutert er seine Methode. Alle nur denkbaren Motivgruppen zieht er in seine Überlegungen mit ein, dabei sind Licht und Kontrast für den Autor die wichtigsten Bausteine.

Mit seiner Bildanalyse nach dem Vier-Augen-Modell und seiner Dreiecksmethode Technik – Komposition – Wirkung spricht Martin Zurmühle das richtige Zusammenspiel der verschiedenen qualitätsbestimmenden Faktoren an und kommt so zu einer qualitativ hochwertigen Fotografie.

In seinem Band vermittelt Martin Zurmühle viele Anregungen zum Nachdenken.

Das Buch ist für 79,90 CHF oder 59,90 Euro erhältlich.

ISBN 978-3-9523647-2-7

Umfang: 208 Seiten; gebundene Ausgabe.

VISUELL aktuell

Informationen für Bildkäufer, Agenturen und Fotoproduzenten

Herausgeber: Dieter Brinzer

Adresse: Presse Informations Aktiengesellschaft (PIAG), Rathausplatz 7, 76532 Baden-Baden, www.piag.de

Tel.:+49 (0) 7221 3017560 | **Fax:**+49 (0) 7221 30175-70

Redaktion: Dieter Franzen, Christine Schmelzle, Kathrin Bartel, Ulla Baum, Dieter Brinzer, H. W. Dietrich. Weitere Mitarbeiter sind bei den jeweiligen Beiträgen vermerkt.

Lektorat: Ulla Baum

Tel.:+49 (0) 7221 3017560 | **E-Mail:** redaktion@piag.de

Marketing und Anzeigen: Marion Wiedmann
Tel.: +49 (0) 7221 3017560 | **E-Mail:** anzeigen@piag.de

Anzeigenpreise siehe Mediadaten unter www.piag.de

Abonnement: Thea Gutzeit
Tel.: +49 (0) 7221 3017560 | **E-Mail:** bestellung@piag.de

Erscheinungsweise:
VISUELL aktuell erscheint jeweils am 15. Januar, 15. April, 15. Juli, 15. Oktober 2013 als Onlinemagazin + Printausgabe.

Bezugskosten 2012: Deutschland / Europa als PDF € 25.00 / Print € 32,40 pro Jahr frei Haus, vierteljährliche Erscheinungsweise zzgl. 52 x Newsletter von piag.de mit monatlich über 100 Meldungen in wöchentlichem Versand.

Verlängerung automatisch, soweit nicht sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Copyright: Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Für unaufgeforderte Zusendung von Bildern/Texten übernimmt der Verlag keine Haftung. Nachdruck (Text/Bild) nur mit Genehmigung des Verlages und nach der Rechteklärung.

Grafik: EGS Fischer, Baden-Baden | **E-Mail:** grafik@piag.de

Bank: Postbank Karlsruhe, BLZ 660 100 75, Kto.-Nr.: 27454-756

BIC/SWIFT-Code: PBNKDEFF660

IBAN: DE18660100750027454756

Kreditkarten: VISA, Eurocard/MasterCard

ISSN: 2194-7139

PLZ Anwälte

PLZ 1
Rechtsanwalt **Alexander Koch,** Autor von „Handbuch zum Fotorecht“, Kaiserdamm 85, 14057 Berlin, Telefon: 030 51059209, E-Mail: post@rakoch.de

PLZ 2
PÖTZL & KIRBERG Fachanwaltskanzlei für Urheber- und Medienrecht, Friedensallee 25, 22765 Hamburg, Telefon 040 / 399 247 30, Fax 040 399 247 28, E-Mail: info@puk-medienrecht.de, www.puk-medienrecht.de

PLZ 5
RA David Seiler, www.fotorecht.de, Damaschkeanger 186, 60488 Frankfurt am Main

PLZ Bildbeschaffung (Artbuyer, Bildredakteure)

PLZ 2
Bildredakteur für Magazine, Zeitungen, Entwicklungsprojekte, Urlaubs- und Schwangerschaftsvertretung bundesweit. Englisch und Französisch. Stephan Gabriel, Hamburg, Tel. 040 / 563706, E-Mail: photo@stephan-gabriel.de

Bildredaktion Hamburg. Freier Bildredakteur, Art Buyer und Fotograf übernimmt Aufträge bundesweit. Schnell. Professionell. Und mit dem Blick für wirklich gute Fotografie. Diplom-Kommunikationsdesigner Bob Heinemann, mail@bobheinemann.de, Tel. 0171 9338265, www.bildredaktion-hamburg.de

Internationale Recherchen für Bild (bei Bedarf inkl. Text). Wir recherchieren hartnäckig, verhandeln intensiv und garantieren eine klare Kommunikation. Schnell und gründlich. Claudia Gossmann, Hamburg, Tel. 040 43099753, Mobil 0151 12885956, E-Mail: cgossmann@weltbuero.eu, www.weltbuero.eu

PLZ 4
Picture Worx, international erfahrene Bildredakteurin bietet Bildredaktion, -beschaffung, -konzeptentwicklung, Fachseminare, Vorträge, www.picture-worx-koeln.de

PLZ 7
Red.Sign GbR, Anja Schlatterer, Alexanderstr. 171, 70180 Stuttgart, www.redsign.de, Bildredaktion, Grafik, Redaktion. Tel. 0711 620083-66, E-Mail: anja.schlatterer@redsign.de

PLZ 8
www.Freie-Bildredakteure.de . Wir vermitteln deutschlandweit Bildredakteure an Werbeagenturen, Verlage und Unternehmen. E-Mail: office@freie-bildredakteure.de, Tel. 08234 809840

PLZ Footage

PLZ 8
ClipDealer, lizenzfreie Footage Clips in diversen Auflösungen zum Fixpreis und sofortigen Download. www.clipdealer.de

Stockfood GmbH – Lizenzfreie Footage Clips rund um das Thema Essen, Trinken, Lifestyle für Online-Projekte bis Kinoproduktionen. Stockfood GmbH, Tumblingerstr. 32, 80337 München. Tel.: 089 74720242, www.stockfood.com

PLZ Fotografen (Auftragsfotogr., Bildjournalist, Werbung)

PLZ 9
www.schunk-fotografien.de – Eigene Fotografien zu verschiedenen Bildthemen zum Ansehen, Kennenlernen, Kontakten, usw. E-Mail: horst.schunk@t-online.de

PLZ A-4
www.LeoHimsl.com – Werbefotografie, Sportmode, Actionsports, Tourismus, Wellness, E-Mail: office@leohimsl.com, Tel.: 0043 (0) 7752 71442

PLZ Illustratoren

PLZ NL-1
www.illudirectstockillustrations.com – Derzeit 3.500 Bilder von internationalen Künstlern von höchster Qualität. Mit Links zu den verschiedenen Webseiten unserer Illustratoren, Spezialaufträge werden übernommen. E-Mail: info@illudirect.com, Tel.: 0031 – 654 725222, Casparuslaan 505, 1382 KR Weesp, NL.

Vorschau:

Die Fachzeitschrift VISUELL begleitet die Branche seit vier Jahrzehnten.
Wie bereits im Vorwort angesprochen gibt es viele branchenspezifische Probleme.
Einstige Schwierigkeiten der Vergangenheit wurden behoben, neue kamen hinzu.
Die Entwicklung der Branche wird aufgezeichnet. An alte und neue Bildbestände wird erinnert, die auch heute noch eine dominierende Rolle spielen.
Redaktions- und Anzeigenschluss für die Jubiläumsausgabe ist der **27. Dezember 2012**.

Liebe Visuell-Leute,

die Themenvielfalt ist es, die mich seit Jahrzehnten an VISUELL oder jetzt VISUELL aktuell bindet.
Nicht immer die gleichen Namen und Adressen oder etwa ungeschriebene alte Ladenhüter.
Weiter so... VISUELL mit seinem kleinen Format entspricht der Entwicklung der Branche und Ihre Informationen sind wichtig. Durch die Interneteinbindung und die große Verbreitung liegt Ihre Publikation weit vorne. *Helmut Kögel*

Smartphone

Auf die Smartphone-Fotografie und die Entwicklung wurde ich durch VISUELL aufmerksam.
Mit Begeisterung bin ich jetzt dabei. Noch ist nicht alles perfekt, aber der Denkanstoß kommt von Ihrem Magazin. *Rainer Hähnlein*

Die tägliche Erscheinen von VISUELL aktuell an die News-Leser und die Printbezieher ist eine gute Lösung und entspricht dem „Zeitgeist".
Überschneidungen habe ich wenig festgestellt. Eine Alternative zur guten Zeitschrift sind vor allem fachbezogene Bücher zu Rechts- oder branchenspezifischen Themen. *Rainer Schneider*

Anmerkung der Redaktion:
Es sind mehrere Bücher zur Zeit in Vorbereitung, die im Frühjahr 2013 erscheinen.

– Anzeige –

Bildreportagen – Fotoserien – Videos

finden Bildredakteure auf der sich noch im Aufbau befindenden Internetseite.

Journalisten können hier ein Thema kostenlos mit bis zu 15 Bildern als Visitenkarte zeigen und weitere fertige Themen zu Publikationen melden.

www.piag.de

Stockfotografie

Der Bildmarkt hat sich verändert, Milliarden Fotos stehen heute dem Markt zur Verfügung und durch die Digitalisierung werden Bilder immer schneller versandt.
Spezialgebiete lösen sich auf oder verschwimmen, aber der erfahrene Bildredakteur wird immer die Nische finden, die er sucht.
Das Buch „Stockfotografie" erscheint in der dritten Auflage und ist das beste Fachbuch, das es in deutscher Sprache zu diesem Thema gibt.
Heutzutage wird alles, was man braucht oder auch nicht braucht, fotografiert. Da stellt sich die Frage, wie man diese großen Bildmengen bearbeitet, und ob man nicht doch aussortieren sollte.
Preise und Honorare sinken. Dies führt zu einem ungesunden Preis-Leistungs-Verhältnis, was die kommerziellen Bildanbieter spüren.
Der Großteil aller Bildgeschäfte findet heute im Internet statt, und der Markt kann durchaus als gesättigt angesehen werden.
Und doch werden ständig neue Bilder benötigt, da das Bild von gestern bereits morgen veraltet sein kann.
Dem Autor darf man zu diesem Buch gratulieren. Daran werden auch Smartphones und Co. sowie neue Kameratechniken nichts ändern.

565 Seiten, Preis 29,50 EUR **ISBN 978-3-8266-9201-7**

VISUELL aktuell

4_2012

Abo-Bestellung für 2013

Erscheinungstermine:
15. Januar, 15. April, 15. Juli, 15. Oktober.

3_2012

2_2012

1_2012

Name	
Firma	
Straße	
Stadt	
Telefon	
Fax	
E-Mail	

VISUELL aktuell für ein Jahr als PDF

sowie 52 x Newsletter von piag.de	25,00 Euro
VISUELL aktuell als Druckversion	32,40 Euro

Verlängerung automatisch, soweit nicht sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Datum	
Unterschrift	

Presse Informations AG, Rathausplatz 7, D-76532 Baden-Baden
per E-Mail Bestellung@piag.de oder per Fax an +49 (0) 7221 30175-70

– Anzeige –

www.der-bildbearbeiter.de

Workshops, Inspiration und Hintergrund-Informationen für anspruchsvolle Photoshop-Anwender

Testen Sie jetzt:
3 Ausgaben zum Preis von einer
www.sonic-media.de/der-bildbearbeiter/

Wenn innerhalb von fünf Tagen nach Erscheinungsdatum der dritten Ausgabe keine schriftliche Mitteilung von Ihnen bei der Sonic Media GmbH eingeht, die besagt, dass Sie der bildbearbeiter nicht weiter beziehen möchten, geht das Kennenlern-Abo automatisch in ein anschließendes Jahres-Abo (99 € inkl. Porto in Deutschland, 122,50€ im Ausland) über.

– Anzeige –

Europas Nr. 1 kreative Ressource.
18 Mio. lizenzfreie Fotos, Videos und Vektoren ab 0,75 €.
Tel. +49 (0)30 208 96 208 | www.fotolia.de

fotolia